

# Premières

en affaires



**MODE, BEAUTÉ**  
Des secteurs  
en demande

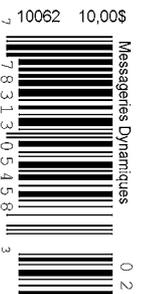
**ESTHÉTIQUE**  
La croissance  
par acquisition

**MARILYNE  
BOUCHARD**  
Un label  
végane

**RH**  
Un défi  
de taille

**5<sup>e</sup> PALMARÈS  
+ DE 230 ENTREPRISES  
À LA UNE**

HIVER 2024  
CONVENTION DE POSTE-PUBLICATIONS N°49420530



10062 10,00\$

Messageries Dynamiques

0 2

20009 #



judith & charles



Julie Lafrenière  
Vice-présidente, développement

Marie-Andrée Boutin  
Cheffe du développement  
et de l'exploitation

## Plus que jamais, le redéveloppement est à la clé.

Nous croyons que la densification urbaine doit se faire à échelle humaine pour créer de nouveaux quartiers où la splendeur du quotidien pourra se déployer.

Avec passion, persévérance et complicité, on en fait notre affaire.

 **Cominar** Près de l'humain.  
Prêts pour demain.



cominar.com

## Premières en affaires

**RÉDACTRICE EN CHEF** Déborah Levy

**ADMINISTRATION** Bertille Trierweiler

**TIRAGE ET ABONNEMENTS**

Mélanie Rousseau

**VENTES** Danielle Lamarre, Nathalie Émond  
McQuade, Robert Vezina

**GRAPHISME** Dany Derkenne

**RÉVISION** Charles Gravel

**PHOTO** Emilie Hébert

**STYLISME** Julie Boileau

**ONT COLLABORÉ À CE NUMÉRO**

Véronique Arsenault, Charles-Édouard Carrier,  
Déborah Cherenfant, Stéphane Desjardins,  
Bastien Durand, Francis Gosselin,  
Maureen Jouglain, Aurore Le Bourdon,  
Marc-André Leclerc, Isabelle Maréchal,  
Claude Plante

**DISTRIBUTION**

Messageries Dynamiques et Presse Commerce

**IMPRESSION** Héon & Nadeau



Financé par le  
gouvernement  
du Canada

**Canada**

ISSN 1919-4870 Dépôt légal BAnQ

**NUMÉRO DE CONVENTION DE  
POSTE-PUBLICATIONS** 43420530

Premières en affaires est publié trois fois par  
année par les Éditions Plurielles.

Le prix d'un abonnement au magazine papier  
est de 35 \$ par année plus taxes. Le magazine  
est distribué en kiosque et par abonnement.  
Les numéros peuvent être achetés  
individuellement au prix de 10 \$ l'unité plus  
taxes, en kiosque et en ligne.

Premières en affaires est membre de  
l'Association québécoise des éditeurs de  
magazines.

## LES NOUVELLES DE PREMIÈRES EN AFFAIRES

Des salles de rédaction qui ferment, la fin de l'édition papier pour Les coops de l'information, les licenciements collectifs chez TVA: la crise des médias vient de franchir une nouvelle étape au Québec. Devant ce vide, et avec les outils de l'intelligence artificielle, la prolifération de contenus en ligne s'accélère. À tel point qu'il est devenu difficile, même pour les lecteurs avisés, de faire le tri. Face à cette vague, et pour éviter de saturer les audiences, notre petite salle de rédaction opte pour des articles fouillés et précis. Vous allez le remarquer dans les magazines, nous misons sur le temps long et nous vous proposons une lecture qui ouvre les horizons.

Dans le magazine que vous avez entre les mains, vous allez aussi découvrir, avec la 5<sup>e</sup> édition du *Palmarès des entreprises au féminin*, 234 profils chiffrés. Pour 83% des entreprises de cette liste, la croissance a été au rendez-vous. Parler de croissance, c'est aussi appréhender tous les défis que ces femmes d'affaires relèvent au quotidien. Car même si, en 2024, c'est un atout d'être une femme en affaires, il reste bien des inégalités à l'échelle sociale.

À la fin du dossier, nous vous présentons des entreprises de la « nouvelle vague ». À leur tête, une génération de femmes qui veulent prendre le temps de vivre et de réussir à leur propre rythme.

Pour nous aider à remplir notre mission, et pour soutenir l'information sur papier, rendez-vous en kiosque. Car tous les gestes comptent: se promener dans son quartier, encourager un commerce local et... acheter des magazines pour s'offrir un moment de répit à l'abri des écrans.

Bonne lecture et longue vie à Premières en affaires!

**DÉBORAH LEVY**  
Rédactrice en chef

# HIVER 2024

05 Mot de la rédaction

09 CV  
ÉTOILE DE LA FINANCE  
Stéphane Desjardins

## Talents

10 EN ENTREPRISE, LES CADRES  
EN MÈNENT LARGE  
Charles-Édouard Carrier

12 3 QUESTIONS À LARISA LESCAGE  
Bastien Durand

14 En couverture  
BKIND, DOUX ET BRANCHÉ  
Stéphane Desjardins

## Nouvelle vague

66 DANS LE SAC, UNE JEUNE  
ENTREPRISE QUI INSPIRE  
LE CHANGEMENT  
Isabelle Maréchal

68 MAISON ALLUMETTE, LA FLAMME  
DE L'ENTREPRENEURIAT  
Isabelle Maréchal



**EN COUVERTURE**  
Stylisme Julie Boileau et SLT Studio  
Photo Emilie Hébert  
Vêtements Daily Story  
Beauté Anissa Zabala

# 5<sup>e</sup> PALMARÈS DES ENTREPRISES AU FÉMININ

20 CONQUÉRIR LES MARCHÉS  
ET LES CŒURS DEPUIS 20 ANS  
CONTENU PARTENAIRE

27 DERMAPURE: UN RÉSEAU  
EN CROISSANCE  
Déborah Cherenfant

28 L'INTERVALLE: UNE  
CROISSANCE ÉTHIQUE  
Aurore Le Bourdon

30 MAGUIRE: DES CHAUSSURES  
COLORÉES  
Maureen Jouglain

33 PASSER L'HIVER AVEC AUDVIK  
Francis Gosselin

34 PAROLE AUX  
ENTREPRENEURES

35 NATURMANIA, DU TEXTILE  
QUI DURE  
Stéphane Desjardins

36 CONSTRUCTION: UN + POUR  
LES LOCALITÉS  
Claude Plante

38 DES TOITS BLEUS ET DES  
HORIZONS DE CROISSANCE  
Claude Plante

40 DES SOLUTIONS POUR LE  
BIEN-ÊTRE DES EMPLOYÉES  
CONTENU PARTENAIRE

41 LES GRANDES ENTREPRISES  
PLUS DE 50 MILLIONS\$

44 FINANCEMENT D'ENTREPRISE:  
LES BONS RÉFLEXES  
CONTENU PARTENAIRE

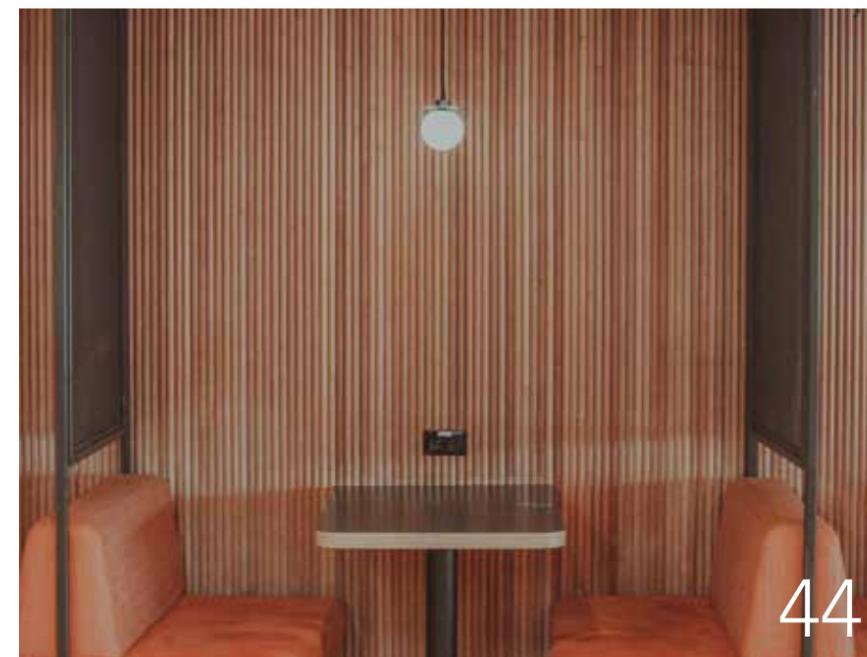
46 PME MTL VISE LE LEADERSHIP  
AU FÉMININ  
CONTENU PARTENAIRE

47 LES MOYENNES ENTREPRISES  
10 À 50 MILLIONS\$

53 LES FORCES VIVES  
5 À 10 MILLIONS\$

58 FATIHA SENHAJI DEVIENT  
VICE-PRÉSIDENTE, DIVERSITÉ  
DE LA CLIENTÈLE À BDC  
CONTENU PARTENAIRE

59 ÉTOILES MONTANTES



70 À savoir

72 ÉMILISE LESSARD-THERRIEN  
RENOUE AVEC QUÉBEC  
SOLIDAIRE  
Marc-André Leclerc

73 AGENDA: SE FAIRE PLAISIR

74 LA PÉNURIE DE TALENTS  
AFFECTE AUSSI LES CONSEILS  
D'ADMINISTRATION  
Francis Gosselin

76 JOSÉE MÉTHOT ET  
LES NOUVELLES PRIORITÉS  
DE L'ASSOCIATION MINIÈRE  
DU QUÉBEC  
Marc-André Leclerc

77 NORMES DE GOUVERNANCE:  
UN LEVIER POUR  
LA COMPÉTITIVITÉ  
CONTENU PARTENAIRE

78 ÉCOLOGIE: DES SIGNAUX  
POSITIFS  
CONTENU PARTENAIRE

80 CYBERSÉCURITÉ AU CANADA:  
TENDANCES, RISQUES  
ET OPPORTUNITÉS  
CONTENU PARTENAIRE

81 CYBERSÉCURITÉ ET NUMÉRIQUE:  
UNE EXPERTISE RECHERCHÉE  
Francis Gosselin

85 UNIVERSITÉS: DES MODÈLES  
POUR L'ENSEIGNEMENT  
Aurore Le Bourdon

86 PHILANTHROPIE:  
UN MODE DE VIE  
CONTENU PARTENAIRE



# VENDRE OU ACHETER UNE PME, LE CTEQ EST LÀ!

Chef de file du  
repreneuriat au Québec

## DEPUIS 2015

Plus de  
**16 000**  
Entrepreneurs  
guidés

Plus de  
**4 500**  
Entreprises  
accompagnées

**6 G\$** Volume de chiffre  
d'affaires cumulé

## Avez-vous trouvé votre relève ?

- + Plateforme de mise en relation confidentielle entre vendeurs et acheteurs
- + Service-conseil en transfert d'entreprise
- + Formations et événements
- + Réseau d'affaires composé de comptables, avocats et autres experts du transfert d'entreprise

[ctequebec.com](http://ctequebec.com)

1 844 200-2837

# Étoile de la finance

Sophie Forest est associée chez Brightspark Ventures. Elle a eu son diplôme de baccalauréat en finance de l'Université de Sherbrooke et a fait une maîtrise à Concordia. Elle a travaillé chez GTI Capital et chez Bell avant de rejoindre la Caisse de dépôt et placement du Québec pour y mettre sur pied un portefeuille d'investissement dans des sociétés technologiques. Dans les années 1990, elle a aussi présidé la Jeune Chambre de commerce de Montréal.

PROPOS RECUEILLIS PAR STÉPHANE DESJARDINS

Pendant son congé de maternité, Sophie Forest s'est mise à la recherche de nouveaux débouchés. « J'avais une âme d'entrepreneuse. Je discutais déjà avec un autre fonds d'investissement, qui m'offrait des conditions en or et plus de stabilité. C'était plus risqué de me joindre à Brightspark Ventures, mais je me sentais à l'aise avec des entrepreneurs à succès, des hommes qui connaissaient la richesse de la diversité, avant que ce ne soit à la mode. »

À 35 ans, Sophie Forest devient la première femme à rejoindre un club sélect d'investisseurs de risque, des hommes anglophones de Toronto. « C'était un environnement très macho et très typé, ça n'a pas changé. » Elle fait la promotion des congés de parentalité au sein de son industrie. Et la diversité lui tient à cœur. « Je vous confirme que nous prenons beaucoup de risques. On perd parfois tout notre argent dans une entreprise en démarrage. On s'y attend, c'est notre métier. Mais nous avons la conviction que nous appuyons des entrepreneurs d'exception, des visionnaires. Ils se sentent à l'aise avec nous, parce qu'on a aussi une culture entrepreneuriale. »

**Le marché du capital est revenu aux fondamentaux : de bons gestionnaires, une croissance appréciable, un produit qui a de l'avenir.**



Sophie Forest est associée chez Brightspark Ventures, une firme de capital de risque canadienne.

« Le monde du capital de risque demeure un environnement masculin très typé. »

– Sophie Forest

Sophie Forest analyse les tendances du marché en ces termes : « Il y a une véritable baisse de disponibilité de capital depuis deux ans, et les entrepreneurs technos en souffrent. Le marché est revenu aux fondamentaux : de bons gestionnaires, une croissance appréciable, un produit qui a de l'avenir. Nous sommes dans un cycle où c'est le temps d'investir dans la productivité agroalimentaire ou pour contrer les effets du réchauffement climatique. »

# En entreprise, les cadres en mènent large

Recrutement, travail à distance et défis du numérique : si la bienveillance au travail est à la mode, voilà des sujets concrets qui mobilisent le monde des affaires au féminin. Nathalie Francisci analyse les tendances de l'étude publiée par le cabinet de recrutement Gallagher, un livre blanc qui a été dévoilé à l'hôtel Sofitel de Montréal cet automne. Le groupe a sondé 504 organisations pour aborder la question de la rémunération globale. Selon leurs conclusions, le salaire et les avantages sociaux restent des atouts décisifs pour fidéliser et retenir les talents.

CHARLES-ÉDOUARD CARRIER

La compétition pour attirer et retenir les talents demeure. En effet, 40% des employeurs canadiens ont signalé une rotation de personnel plus élevée que prévu en 2022, avec la rémunération comme facteur déterminant. Charles-Édouard Carrier en a discuté avec Nathalie Francisci, présidente exécutive régionale de l'Est pour la division Services-conseils en avantages sociaux et en ressources humaines de Gallagher au Canada.

Selon le *Rapport sur le bien-être organisationnel des entreprises canadiennes 2023* de Gallagher, l'attraction et la rétention du personnel sont désormais classées parmi les deux principaux défis auxquels les employeurs canadiens sont confrontés. En effet, 64% d'entre eux ont identifié l'attraction et 57% la rétention comme les plus grands défis qui influencent leurs décisions en matière de rémunération globale cette année. Ces chiffres ont augmenté de cinq points par rapport à 2022, ce qui souligne que la concurrence pour les talents n'a pas diminué depuis la pandémie.

Parmi les nombreuses statistiques que l'on trouve dans les résultats de l'étude menée par Gallagher, deux chiffres ont particulièrement retenu l'attention de Nathalie Francisci :



« 53% des entreprises prévoient une augmentation de la croissance des revenus, mais 48% seulement envisagent une augmentation dans les effectifs. Donc, ce qui est intéressant, c'est qu'une entreprise sur deux prévoit une croissance, mais pas nécessairement d'embaucher pour y arriver. On s'aperçoit qu'on est en train de revoir les modes de productivité. Mais ça veut aussi dire que les métiers changent. On le voit de plus en plus dans notre pratique spécialisée en transition de carrière. Quand je regarde ces chiffres, je me demande comment on va travailler différemment sans sacrifier les programmes et les initiatives d'attraction et de rétention. »

## APPRIVOISER LA FLEXIBILITÉ

Quarante-sept pour cent (47%) des employeurs ont modifié leur régime d'avantages sociaux entre le début de 2022 et le début de 2023. Les améliorations apportées aux régimes ont été la mesure la plus courante adoptée par 36% des employeurs. Le bien-être émotionnel a été favorisé (74%), tandis que les aspects financiers (38%), physiques (36%) et professionnels (35%) ont reçu à peu près la même importance. « Dans un marché où la concurrence pour les talents est très élevée, les organisations doivent s'assurer que leur approche en matière d'avantages sociaux correspond aux besoins de leurs employés », commente Nathalie Francisci.

Cette nouvelle réalité dans laquelle est plongé le monde du travail est là pour de bon et les entreprises n'ont d'autre choix que d'apprendre à maîtriser ce nouveau pas de danse. « Ce n'est pas vrai qu'on pourra imposer aux gens de retourner au bureau. Aujourd'hui, il faut rendre les employés heureux et trouver l'équilibre entre ce que demandait la génération de productivité et ce que demande la génération de bonheur et de bien-être. Il faut la sécurité financière : couvertures d'avantages sociaux, programmes de rémunération, tout ce qui touche à la retraite. Mais ça prend aussi de la sécurité émotionnelle. On parle de plus en plus de ça et ce n'est pas quelque chose d'ésotérique. La sécurité psychologique, c'est que les gens veulent plus de communications, plus de transparence, d'équité, de diversité et d'inclusion, et un souci du bien-être au travail. »

Pour y arriver, il faut remettre l'employé au cœur des préoccupations et l'aider à se développer. Et même s'il quitte l'entreprise, il doit demeurer un ambassadeur, poursuit la spécialiste : « Les gens aujourd'hui ne s'attendent pas à avoir une carrière classique et verticale, ils veulent des carrières transversales, horizontales, diagonales. Ils veulent essayer de nouvelles choses, sortir de leur zone de confort. »



« Les gens aujourd'hui ne s'attendent pas à avoir une carrière classique et verticale, ils veulent des carrières transversales, horizontales, diagonales. Ils veulent essayer de nouvelles choses, sortir de leur zone de confort. »

– Nathalie Francisci

## REDÉFINIR LE RÔLE DES GESTIONNAIRES

Si elle était professeure invitée dans une classe de futurs gestionnaires en ressources humaines, qu'ajouterait-elle au programme ? « Je choisirais une approche macro. Comment bâtir un plan stratégique ? Qu'est-ce que la stratégie organisationnelle ? Et j'ajouterais des notions de finances pour qu'ils soient capables de lire des états financiers, un rapport annuel, décoder ces documents essentiels. On ne veut pas en faire des champions de la finance ou des experts-comptables, mais qu'ils soient capables de poser les bonnes questions. Ils devront un jour décider d'avantages sociaux, de régimes de pension, de programmes de rémunération, etc. Ils ne sont pas toujours bien équipés pour ça. »

Ce texte est paru dans E-Premières le 14 novembre 2023.

# 3 questions à Larisa Lescage

Le Journal *Les Affaires* a organisé un sommet sur l'avenir du travail le 14 octobre dernier. Bastien Durand a couvert l'événement et il a discuté avec Larisa Lescage de son travail en développement organisationnel chez EY.

**Comment avez-vous commencé à vous intéresser au développement organisationnel et à la question de l'inclusion ?**

J'ai été attirée par le développement organisationnel parce que ça ramène à la psychologie, à l'humain. C'est ce que je voulais faire au départ. Je n'ai pas poursuivi mes études en psychologie parce qu'il fallait que j'entreprene une maîtrise et je ne me voyais pas si loin à l'époque. Ce qui est amusant, c'est qu'aujourd'hui, je termine une maîtrise en développement organisationnel à HEC Montréal. Mon mémoire de maîtrise porte sur la situation des femmes dans les services-conseils et sur l'intersectionnalité.

**Avez-vous déjà perçu de la discrimination ?**

Pas dans ma carrière en service-conseil. Mais j'ai déjà ressenti les effets de ce qu'on appelle « l'inclusion de façade ». Je travaillais pour une entreprise au début de ma carrière et je me souviens de ma première journée. Je faisais alors la visite des bureaux et j'avais vu très peu de femmes et encore moins de personnes racisées. « N'importe qui peut parler d'inclusion à partir du moment où il détient les connaissances et les compétences pour le faire. Il faut absolument des alliés quand il s'agit de ces sujets. »

**Qu'est-ce qui mobilise votre temps en ce moment ?**

Le projet Inclusion Femmes dans le secteur manufacturier. Les femmes sont sous-représentées dans les métiers manuels. Je ne suis pas une militante pour la diversité en entreprise; je la vois plutôt comme un moyen d'ouvrir la discussion. L'important est de faire comprendre aux gens que tous ont leur place autour de la table, peu importe d'où ils viennent et indépendamment de leurs responsabilités.



© Bastien Durand

« N'importe qui peut parler d'inclusion à partir du moment où il détient les connaissances et les compétences pour le faire. Il faut absolument des alliés quand il s'agit de ces sujets. »

– Larisa Lescage

Les comités-conseils sont importants en entreprise et essentiels pour tous les processus de recrutement. Est-ce que c'est réaliste? J'en suis convaincue. Les comités n'ont d'ailleurs pas besoin d'être formels. J'ai étudié le projet de l'association Manufacturiers et Exportateurs du Québec (MEQ) et au bout de quelques mois, à mon arrivée chez EY, je suis devenue « experte ». Je trouve que les personnes responsables de l'EDI, le plus souvent, sont des personnes racisées. J'ai un peu de mal avec ça. N'importe qui peut parler de ces sujets à partir du moment où il détient les connaissances et les compétences pour le faire. Il faut absolument des alliés quand il s'agit de parler d'inclusion et de cohésion sociale.

## Au coeur de l'écosystème en découverte de médicaments



**IRIcoR**  
De la recherche d'aujourd'hui, aux thérapies de demain

Un modèle unique qui transforme la façon de valoriser la recherche  
[iricor.ca](http://iricor.ca)

BKIND

# Doux et branché

**Marilyne Bouchard a fait du respect de l'environnement la mission centrale de BKIND, une entreprise qui vend des produits de beauté et de soins pour la peau.**

STÉPHANE DESJARDINS

BKIND se démarque dans l'industrie cosmétique, un secteur qui continue de remporter les faveurs des femmes qui aiment prendre soin d'elles. La marque est reconnue pour ses shampoings en barre et ses vernis à ongles résistants à base de plantes.

«Aujourd'hui, je vis bien, mais les premières années, je ne me suis jamais payée. Je fabriquais mes produits dans ma cuisine, en appartement, révèle la microbiologiste de formation. Après mes études de maîtrise, je travaillais pour une grande compagnie pharmaceutique. J'ai lancé BKIND en novembre 2014 comme un passe-temps. Je menais une carrière de microbiologiste le jour, et ma vie d'entrepreneuse le soir et les fins de semaine. Au bout de deux ans, j'ai pris la décision de quitter mon emploi pour me consacrer à plein temps à mon entreprise.»

Ça n'a pas été une décision facile. Marilyne Bouchard a lancé son entreprise avec 5000\$ d'économies. Elle n'a jamais emprunté un sou pour financer sa croissance, par moments météorique. Pas d'investisseurs. Pas de marge de crédit. Pas de main-d'œuvre dans les premières années. Durant les périodes de confinement, en 2021 et 2022, les ventes ont explosé. Le mouvement vers l'achat local a relancé les ventes, et le chiffre d'affaires augmente.

«Je suis très prudente avec mon argent, confie-t-elle. Au début, j'achetais de petites quantités pour ne pas gaspiller. J'assurais moi-même la production. Je ne cherche

pas à faire des ventes de 300 millions et embaucher des milliers d'employés. Avec BKIND, je me suis créé une vie agréable, même s'il y a des hauts et des bas.»

## GESTION DES EMPLOYÉS: UN DÉFI DE TAILLE

Marilyne Bouchard aime son équipe et ses employés, mais elle trouve compliqué de gérer les équipes, car elle se dit constamment préoccupée par leur bonheur. Surtout depuis la pandémie, quand les ventes ont explosé. BKIND a déménagé deux fois avant de s'établir dans un gros entrepôt. «Mon industrie passe plus facilement à travers des crises. Les femmes composent 95% de ma clientèle et leur pouvoir d'achat augmente. Elles ne coupent pas dans les produits de beauté quand le budget est plus serré. Elles prennent soin d'elles, elles tiennent à leur routine du soir et du matin.» BKIND vend en ligne au Canada et aux États-Unis, chez Familiprix et Simons, mais aussi dans des boutiques spécialisées en soins ou en cadeaux, chez des marchands de quartiers et dans des pharmacies locales.

## ÉCOLOGIQUE ET DURABLE

Tant à la boutique qu'à l'entrepôt, BKIND applique une politique zéro déchet et vend en vrac depuis les débuts. Pendant la pandémie, Marilyne Bouchard a dû s'adapter très rapidement pour écouler sa marchandise dans des contenants de plastique biodégradables. «Les clientes de la boutique apprécient aussi les contenants en gros format.» Tous les produits sont à base de plantes, et les entrants, de meilleure qualité, coûtent cher, ce qui exige davantage de recherche. «J'ai lancé BKIND à partir de mes convictions écologiques. C'est générationnel: les jeunes ont été conscientisés à prendre soin de la planète.» Marilyne Bouchard est une femme de son temps, et l'industrie cosmétique est assurément un secteur d'avenir.

«J'ai lancé BKIND à partir de mes convictions écologiques. C'est générationnel: les jeunes ont été conscientisés à prendre soin de la planète.»

**BKIND fait partie des forces vives du  
Palmarès des entreprises au féminin.**

# Questions existentielles

**CE QUI VOUS ANIME**

J'AIME CRÉER DU CONTENU POUR MA COMMUNAUTÉ SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX.

**CE QUI VOUS REND HEUREUSE**

LES MOMENTS AVEC MON ÉQUIPE.

**CE QUI VOUS DÉRANGE**

LE SUREMBALLAGE, LA SURCONSOMMATION.

**VIELLIR... ÇA VOUS DIT QUOI?**

ATTEINDRE LA SAGESSE.

**ÊTRE FÉMINISTE AUJOURD'HUI**

C'EST ENCORE NÉCESSAIRE.

**UNE CHOSE QUE VOUS AIMEZ DANS LE MONDE ACTUEL**

LES EFFETS DE COMMUNAUTÉS ET DE SOLIDARITÉ.

**LES FEMMES ET L'ÉCONOMIE**

C'EST UN ATOUT D'ÊTRE UNE FEMME EN AFFAIRES, MÊME SI ON NOUS TROUVE CUTE.

**UNE FEMME QUI VOUS INSPIRE**

CAROLINE HUARD, ALIAS LOOUNIE.

**UNE RENCONTRE QUI A CHANGÉ VOTRE VIE**

MON AMIE DESIGNER.

**CE QUE VOUS AIMEZ CHEZ LES AUTRES**

SAVOIR DIRE NON.

**UN SITE WEB QUE VOUS CONSULTEZ**

LE MIEN.

**ACCRO AU CELLULAIRE**

OUI.

**LES COMPROMIS QUE VOUS AVEZ CHOISI DE FAIRE**

TOUT CE QU'IL FAUT FAIRE POUR LE QUOTIDIEN, POUR QUE L'ÉQUIPE SOIT BIEN.

**CEUX QUE VOUS NE FEREZ PAS**

MANGER LE LA VIANDE.

**ÊTES-VOUS SUPERSTITIEUSE**

NON.

**ET LA RELIGION**

NON.

**THÉ OU CAFÉ**

DU CAFÉ.

**Écoutez le balado de Premières en affaires.**

Dans les épisodes de cette série réalisée par Coyote Audio, Julie Roy, Sophie Boulanger, Marilyne Bouchard et Karine Joncas se confient à Isabelle Maréchal.



**Marilyne Bouchard et les valeurs de BKIND**

Marilyne Bouchard a lancé BKIND en 2014 - du shampoing en barre écologique à aujourd'hui, l'entreprise compte actuellement 16 employés et consacre 25 % de son chiffre d'affaires en publicité.



**Les contours de la continuité avec Julie Roy**

Julie Roy dirige Roy, une PME fondée par son grand-père il y a 67 ans. La marque employeur est l'atout distinctif de cette entreprise d'entretien ménager qui est devenu aujourd'hui l'un des plus gros employeurs du Québec.



**Karine Joncas dévoile son succès**

La ligne Karine Joncas est en plein essor et fait concurrence aux grands noms de l'industrie. Formulation en laboratoire, marketing de proximité et gestion de patrimoine : elle livre les ingrédients de son succès.

Projet réalisé grâce à l'appui du ministère du Patrimoine canadien, de la CDPO et de Sun Life



PARTENAIRE HÔTE ET PRÉSENTATEUR PRINCIPAL

CO-PRÉSENTATEURS PRINCIPAUX



DEUXIÈME ÉDITION

# LE COCKTAIL DES PRÉSIDENTES ET DES FEMMES LEADERS 2024

Soirée de réseautage pour promouvoir et célébrer l'importance du rôle grandissant des femmes d'affaires au Québec, et soutenir une bonne cause, le Y des femmes de Montréal (YWCA Montreal), en collaboration avec le magazine Premières en affaires.



**MERCREDI 5 JUIN SALONS BMO**

129, rue Saint-Jacques, 14<sup>e</sup> étage, Vieux-Montréal



**VIVIANE CROUX**

**Présidente d'honneur**  
Première vice-présidente et Chef, BMO Entreprises, Québec



**ANNIE BOUTHILLETTE**

**Coprésidente d'honneur**  
Vice-présidente des relations institutionnelles, Direction générale, École de technologie supérieure, Université du Québec



**ANNE-MARIE HENSON**

**Coprésidente d'honneur**  
Cheffe pour l'Est du Canada et Associée, BDO Canada



**ISABELLE HÉROUX**

**Ambassadrice d'honneur**  
Vice-présidente, Location Groupe Petra



**FRANCA RISO**

**Ambassadrice d'honneur**  
Vice-présidente légale, Montoni et Présidente de la Fondation Montoni

PARTENAIRE HÔTE ET PRÉSENTATEUR PRINCIPAL



CO-PRÉSENTATEURS PRINCIPAUX



PARTENAIRES OR



PARTENAIRE BRONZE



PARTENAIRE CUIVRE



FIRME FONDATRICE ET ORGANISATRICE



UN ÉVÈNEMENT SIGNÉ



EN APPUI AU



rjv@rjvcom.com | (514) 816-3720

partenaires en date du 14 décembre 2023

# Cheffes de file

La force d'une communauté d'entrepreneures

Une initiative unique dont l'objectif vise à propulser la croissance des entreprises à propriété féminine

Codéveloppement, ateliers de formation et opportunités de réseautage, l'initiative Les Cheffes de file propose aux entrepreneures une offre d'accompagnement variée.

Vous êtes à la tête d'une entreprise québécoise dont le chiffre d'affaires se situe entre 5 et 50 millions? Rejoignez la communauté.

[cheffesdefile.com](https://cheffesdefile.com)



## 5<sup>e</sup> PALMARÈS DES ENTREPRISES AU FÉMININ

ELLES ONT LA COTE :  
146 ENTREPRISES ONT ATTEINT  
UN CHIFFRE D'AFFAIRES DE  
5 MILLIONS DE DOLLARS  
OU PLUS L'AN DERNIER.

Le 5<sup>e</sup> Palmarès des entreprises au féminin de Premières en affaires est présenté par la CDPQ. L'initiative est réalisée en collaboration avec L'initiative Femmes de la Banque Scotia, Sun Life, l'Ordre des CPA du Québec, l'École de gestion John-Molson de l'Université Concordia et BDC, avec le soutien de EY et la participation du Réseau des Femmes d'affaires du Québec. Les données sont compilées par Léger.

## CONQUÉRIR LES MARCHÉS ET LES CŒURS DEPUIS 20 ANS



La marque de cosmétiques Karine Joncas célèbre cette année son 20<sup>e</sup> anniversaire. L'entrepreneure affiche une belle sérénité pour l'avenir de la compagnie.

**L'histoire de la marque Karine Joncas est bien connue au Québec, et ce depuis bientôt 21 ans. Quelle est la recette d'un tel succès sur le long terme ?**

C'est sûr que cette année représente un moment charnière pour l'entreprise. On regarde ce qu'on a accompli jusqu'ici, on pense au futur. C'est tout un défi, car les choses changent vite – par exemple, lorsqu'on a démarré l'entreprise, les réseaux sociaux n'étaient pas aussi présents qu'aujourd'hui, et on n'achetait pas ses cosmétiques en ligne. Ces transformations ont forcément amené leur lot de questions, surtout pour moi qui suis très « terrain » : je tiens fort à la proximité avec ma clientèle. Comme disait ma mère, il n'y a pas de miracle : le succès arrive si on s'intéresse réellement à ses clients. Alors oui, je suis présente en ligne, mais ce n'est pas une fin en soi. Mon terrain de jeu reste les pharmacies. Je fais toujours la formation des cosméticiennes, car mon objectif principal est le même depuis les 20 dernières années : que mes clientes adoptent une bonne routine beauté pour leur peau !

**Comment les bons coups passés influencent-ils votre stratégie pour le futur ?**

Je ne gagne pas de trophées tous les jours : mon succès en tant que femme d'affaires passe d'abord et avant tout, et ce depuis toujours, par ma

clientèle –, leur fidélité, notre place dans les palmarès de ventes, notre position de numéro un au Québec en tant que gamme québécoise pour les soins du visage en pharmacie. C'est un travail d'équipe formidable. La marque ne serait pas où elle en est sans mes collègues au siège social et sans les cosméticiennes en pharmacie. Donc ce qui influence mes décisions pour l'avenir reste cette volonté de proximité avec le terrain, car c'est ce qui m'a permis d'identifier les besoins des femmes actives et de bénéficier du bouche-à-oreille. C'est un gage de confiance ultime pour lequel je suis très reconnaissante. Maintenant, j'ai juste le goût de faire la différence, mais toujours un petit pas à la fois.

**Comment avez-vous fait pour vous positionner parmi les grands joueurs de l'industrie des cosmétiques ?**

À mes débuts, je courais sans m'arrêter, un peu comme Forrest Gump. Et puis j'ai réalisé que j'étais rendue dans les positions de tête. Aujourd'hui, je suis consciente de l'importance de mettre les énergies au bon endroit, en tenant compte de la réalité du marché. C'est essentiel de se fixer des objectifs ambitieux, mais atteignables. Vous me direz que c'est du gros bon sens, mais ce n'est pas toujours évident à réaliser. Pour moi, c'est une des composantes

**« Je tiens à la proximité avec ma clientèle. Comme disait ma mère, il n'y a pas de miracle : le succès arrive si on s'intéresse réellement à ses clients. »**

de notre valeur d'efficacité : chercher à obtenir le maximum de résultats en optimisant les efforts et les coûts. Je vois les défis comme des occasions favorables et je persévère malgré les obstacles.

**On vous sent très sereine. Que ressentez-vous à l'aube des 21 ans de votre entreprise ?**

Honnêtement, je n'ai pas vu le temps passer, c'est assez vertigineux. Ça a pris environ 12 ans pour se positionner en tant que leader sur le marché, et je n'ai pas 20 nouvelles années devant moi. Alors je me demande ce que j'aurais voulu faire et que je n'ai pas fait, ce que j'ai envie de lancer pour élargir notre offre de produits. On vient par exemple de lancer des parfums, qui se vendent bien. Les idées sont nombreuses, mais je ne veux pas m'éparpiller. Les 10 prochaines années vont être consacrées à la consolidation des acquis et de l'équipe. Ma plus grande fille souhaite joindre l'entreprise familiale, par exemple, et même si elle travaille ici à temps partiel depuis de nombreuses années, une telle intégration se prépare comme il faut.

**J'imagine que vous souhaitez aussi consolider votre présence sur les marchés hors Québec ?**

Je suis à la tête d'une entreprise locale ; donc, continuer de développer mon marché québécois avec davantage de ressources reste une de mes priorités. Cependant, j'aimerais que la marque s'intègre sur le marché canadien anglais et que l'on continue nos lancements aux États-Unis. Je me vois bien terminer ce 360 degrés avec une introduction réussie et à long terme aux États-Unis : nous avons tant travaillé ce projet, ce serait une belle récompense.

**KARINE JONCAS**

« Je souhaite que les femmes en affaires assument leurs succès et leurs compétences avec fierté. Je désire qu'elles s'entourent de femmes et d'hommes bienveillants et qualifiés. J'ai envie qu'elles continuent de diriger leurs entreprises instinctivement et de façon intègre. Les femmes en affaires sont chevronnées en création, en finance, en management; je rêve qu'elles se voient aussi inspirantes que dans mes yeux à moi. »

– Florence Ferron, Nancie Ferron et Marjolaine Ferron,  
Maison Lavande

## LE PALMARÈS EN CHIFFRES

- 146 entreprises ont un chiffre d'affaires de plus de 5 millions de dollars.
- 26 grandes entreprises ont un chiffre d'affaires de plus de 50M\$.
- 73 moyennes entreprises ont un chiffre d'affaires de 10 à 50M\$.
- 47 entreprises dans la catégorie des forces vives ont un chiffre d'affaires de 5 à 10M\$.

## SOMMAIRE

- 27 **DERMAPURE: UN RÉSEAU EN CROISSANCE**  
Déborah Cherenfant
- 28 **L'INTERVALLE: UNE CROISSANCE ÉTHIQUE**  
Aurore Le Bourdon
- 30 **MAGUIRE: DES CHAUSSURES COLORÉES**  
Maureen Jouglain
- 33 **PASSER L'HIVER AVEC AUDVIK**  
Francis Gosselin
- 34 **LA PAROLE AUX ENTREPRENEURES**
- 35 **NATURMANIA, DU TEXTILE QUI DURE**  
Stéphane Desjardins
- 36 **CONSTRUCTION: UN + POUR LES LOCALITÉS**  
Claude Plante
- 38 **DES TOITS BLEUS ET DES HORIZONS DE CROISSANCE**  
Claude Plante
- 40 **DES SOLUTIONS POUR LE BIEN-ÊTRE DES EMPLOYÉES**  
CONTENU PARTENAIRE
- 41 **LES GRANDES ENTREPRISES plus de 50 millions\$**
- 44 **FINANCEMENT D'ENTREPRISE: LES BONS RÉFLEXES**  
CONTENU PARTENAIRE
- 46 **PME MTL VISE LE LEADERSHIP AU FÉMININ**  
CONTENU PARTENAIRE
- 47 **LES MOYENNES ENTREPRISES 10 à 50 millions\$**
- 53 **LES FORCES VIVES 5 à 10 millions\$**
- 58 **FATIHA SENHAJI DEVIENT VICE-PRÉSIDENTE, DIVERSITÉ DE LA CLIENTÈLE À BDC**  
CONTENU PARTENAIRE
- 59 **ÉTOILES MONTANTES**

## DES MODÈLES ET DES LEVIERS DE CROISSANCE

Le Palmarès est différent des contenus à vocation mobilisatrice, qui foisonnent dans l'espace numérique. Avec les données que nous colligeons depuis 2019, notre dossier présente une analyse de performance sur la base de critères chiffrés et quantifiables, comme le chiffre d'affaires annuel, le nombre d'employés, le secteur d'activité et la durée de vie des entreprises. Plus de cinq ans après avoir réfléchi avec la CDPQ à l'essence de ce Palmarès, la pertinence de l'initiative se confirme, année après année, et l'objectif demeure: mettre en lumière la contribution des femmes entrepreneures à l'économie du Québec. Mais aussi proposer des modèles de femmes qui, par leur succès, encourageant la relève à se faire connaître.

Plus de cinq ans après avoir réfléchi avec la CDPQ à l'essence de ce Palmarès, la pertinence du dossier se confirme, année après année.

Mission accomplie: le Palmarès a généré un effet d'entraînement et la visibilité des femmes d'affaires est sans précédent dans les médias. De plus en plus de femmes lèvent la main pour se démarquer à leur tour. Concrètement, grâce aux rouages de l'écosystème, les projets se matérialisent. Ces entrepreneures décrochent des contrats; elles peuvent aussi financer des acquisitions, des entrepôts, de la machinerie, une transition écologique ou encore percer de nouveaux marchés. Plus encore, ces femmes se parlent, elles recrutent leurs paires et deviennent ainsi à la fois des modèles et des leviers.

Longue vie au *Palmarès des entreprises au féminin* et à toutes les relations d'affaires qui voient le jour au fil des magazines!

**DÉBORAH LEVY**  
Rédactrice en chef

Les données de ce dossier ont été compilées par Léger. Nous analysons les structures d'entreprises candidates et privilégions les entreprises dont les sièges sociaux sont au Québec, avec des structures juridiques non composées. La priorité est donnée aux entreprises qui figuraient dans les éditions précédentes du Palmarès à des fins d'analyse comparative. Nous analysons aussi la combinaison des critères d'actionariat et de leadership féminins.



Offrir aux entreprises  
dirigées par des  
femmes un accès  
impartial au capital.

[initiativefemmesbanquescotia.com](http://initiativefemmesbanquescotia.com)

L'INITIATIVE  
**FEMM = S**  
Banque Scotia

27% DES ENTREPRISES LISTÉES AU PALMARÈS  
ENVISAGENT L'EXPANSION PAR ACQUISITION.

## DERMAPURE : UN RÉSEAU EN CROISSANCE

Marilyne Gagné dirige Dermapure, une entreprise qui exploite le plus grand réseau de cliniques de médecine esthétique haut de gamme au Canada. Cette femme d'affaires aguerrie a le don de nous ramener à l'essentiel : prendre soin de soi et de sa santé globale.

DÉBORAH CHERENFANT

Cet état d'esprit se ressent dans la croissance que connaît Dermapure, dont le chiffre d'affaires a doublé à la suite d'une fusion annoncée en 2022. Cette croissance par acquisition permet à l'entreprise d'exploiter un réseau de près de 70 cliniques d'esthétique au Canada, alors qu'avant, la marque Dermapure n'était présente que dans 16 cliniques au Québec pour un total d'une trentaine dans l'ensemble du Canada. « Une chance que j'aime le changement », avance la femme d'affaires. Le changement fait aussi partie du quotidien de cette industrie et de sa clientèle, toujours à la recherche de bien-être. Pour Marilyne Gagné, l'esthétique médicale a gagné en popularité depuis la pandémie. Cette prise de conscience a été payante pour l'entreprise : « Ce que les femmes viennent chercher chez Dermapure, c'est une approche empathique. Les esthéticiennes sont à l'écoute. » Au-delà de l'esthétique, elles sensibilisent les femmes à la santé globale. Le concept novateur de « gym de la peau » a fait ses preuves chez Dermapure. L'univers de l'esthétique médicale passe aussi par la sensibilisation à prendre soin de soi avec une approche holistique qui vise des résultats naturels.

### LE TEMPS FAIT BIEN LES CHOSES

L'équipe a pris le parti de ne pas promouvoir ses services auprès des clientèles de moins de 35 ans. Chez Dermapure, on ne cible pas les plus jeunes et on fait la promotion du « vieillissement positif ». Le marché américain intéresse aussi Dermapure. Depuis cinq ans, Marilyne Gagné s'engage auprès de l'École d'Entrepreneurship de Beauce : « J'aimerais, dans une autre vie, avoir des serres et des jardins organiques. C'est probablement une activité dans laquelle je voudrais investir. »

Depuis cinq ans, Marilyne Gagné est bénévole pour l'École d'Entrepreneurship de la Beauce, et c'est dans le cadre d'ateliers de travail avec des entrepreneurs qu'elle a également entrepris de faire la démarche personnelle de mieux se connaître. Aujourd'hui, son but dans la vie est clair : « J'aime voir les autres évoluer parce que les vrais outils sont en nous ». Et on comprend, en l'écoutant, que ces autres sont à la fois ses équipes, sa fille, son conjoint, bref son entourage dans l'ensemble. Marilyne est une personne qui ne s'attarde pas aux détails, qui se projette beaucoup dans le futur en mettant l'énergie au bon endroit pour le réaliser. Des qualités remarquées par nulle autre que sa fille Chloé, qui, selon Marilyne, est une jeune femme à l'image de ses leaders, autonome, fonceuse et créative. « On ne sait jamais l'influence qu'on a sur nos enfants » constate-t-elle avec une dose de fierté dans la voix.

Chez Dermapure, l'univers de l'esthétique médicale passe aussi par la sensibilisation à prendre soin de soi avec une approche holistique qui vise des résultats naturels.

Dermapure fait partie des grandes entreprises du Palmarès, avec un chiffre d'affaires de plus de 50 millions de dollars.

50% DES ENTREPRISES DU PALMARÈS EXERCENT AILLEURS AU CANADA.  
39% ONT DES ACTIVITÉS À L'EXTÉRIEUR DU CANADA.

## L'INTERVALLE : UNE CROISSANCE ÉTHIQUE

Vicky Scalia est co-fondatrice et co-PDG de L'Intervalle, une entreprise qui propose des modèles de chaussures « de luxe à prix abordable ». Le détaillant coche aussi plusieurs cases, avec des chaînes de production éthiques et durables, une majorité de femmes gestionnaires et des valeurs d'inclusion affichées.

AUORE LE BOURDON

**Vous avez fondé L'Intervalle il y a huit ans. Quelles sont les prochaines étapes pour la marque, qui est déjà bien établie à Montréal ?**

Nos racines sont ici, la créativité et le talent, qui font notre marque, sont également ici. Je suis montréalaise, très attachée à ma ville, et c'est pareil pour L'Intervalle. Quand on a ouvert notre première boutique à Toronto, il a suffi d'expliquer que l'on venait de Montréal pour que les clientes adorent. Le design montréalais est vraiment reconnu et apprécié. On peut développer de nouvelles branches, mais on ne veut pas du tout se déraciner. Je travaille aussi sur un projet d'exportation en ce moment, c'est le sujet de mon mémoire de MBA. L'univers du commerce de détail bouge vite. Commerce en ligne, boutiques : l'omnicanal est indispensable. On mise sur le numérique pour se positionner aux États-Unis. C'est un marché plein de débouchés et, nos données de même que les retours de la clientèle le démontrent, c'est un marché où on serait très bien accueillis : à suivre, donc, en 2024.

**Vous dirigez une entreprise qui emploie 200 personnes, vous êtes mère de famille et vous venez de finir un MBA. Quel est votre secret ?** Parfois je me dis que j'aimerais rencontrer la femme qui

a réalisé tout ça ! C'était ambitieux d'entreprendre un MBA d'une telle envergure, mais j'avais vraiment envie de me lancer le défi. En tant que leader, il faut savoir rester humble : on n'a pas réponse à tout, donc il faut s'informer. Avec ce programme, on se met à jour en stratégie, en marketing, en gouvernance, en intelligence artificielle, etc. Le programme a eu une grande influence sur moi et sur ma vision de l'entreprise.

J'ai réalisé que notre marque avait des valeurs très claires, très ancrées, et ce, depuis sa création. L'équité, la diversité et l'inclusion, la production durable, par exemple, ont toujours été dans notre ADN – nous n'avons pas attendu que cela soit une tendance. J'ai réalisé que je pouvais être fière de ça. Plus de 50 nationalités sont représentées dans l'équipe, qui compte 200 personnes. Il y a 75% de femmes gestionnaires dans cette équipe. La diversité et l'inclusion se retrouvent aussi dans nos produits, avec des modèles tout à fait originaux, et une clientèle type qui a entre 18 et 78 ans. On s'adresse à une communauté de clients, unis par le goût de la mode et la tendance.

**Donner aux femmes les moyens de gravir les échelons en entreprise, c'est nouveau ?**

Je crois énormément au développement professionnel : quand on voit du talent, c'est notre rôle de leader de s'investir pour le faire grandir, le nourrir. Je travaille très proche du terrain et je passe aussi du temps en boutique, avec mes équipes ; ça permet parfois de déceler le potentiel d'un talent et de l'encourager en lui confiant des responsabilités. Dire à une autre femme qu'elle est capable, que je crois en elle, c'est naturel pour moi. Je veux faire briller mes équipes et les personnes autour de moi. Je n'ai pas eu cette chance, et c'est justement ce qui fait que je redouble d'efforts. Pour tout ce qui touche à la conciliation entre mes vies de femme, de famille et professionnelle, j'aurais aimé avoir des modèles pour m'aider. Alors si je peux jouer ce rôle aujourd'hui auprès des femmes qui m'entourent, je le fais avec plaisir.

L'INTERVALLE fait partie des moyennes entreprises du Palmarès, avec un chiffre d'affaires de plus de 10 millions de dollars.



## MAGUIRE : DES CHAUSSURES COLORÉES

Depuis sept ans, la marque de chaussure Maguire séduit avec des designs uniques et colorés. En seulement quelques années, le succès de la marque des sœurs Myriam et Romy Belzile-Maguire se confirme.

MAUREEN JOUGLAIN

Myriam Belzile-Maguire a dessiné son premier modèle de chaussure en 2016, une paire de sneakers qu'elle déclinait en noir et en blanc. Si la palette de couleur de sa collection s'est enrichie depuis, la sobriété est restée sa marque de fabrique et l'une des recettes de son succès: des designs uniques et intemporels, des stocks limités et des prix stables afin de minimiser le gaspillage et la surconsommation.

Après la popularité de son modèle initial, la designer investit 15000\$ pour lancer sa première production. Au fil des ventes, elle a pu réinvestir dans une deuxième production, puis obtenir un prêt pour continuer à se développer. Cette croissance a été facilitée par le soutien de différents organismes de financement, comme Futurpreneur, la Banque de développement du Canada (BDC) ou encore Investissement Québec, qui la soutiennent encore à ce jour.

L'histoire de Maguire est aussi une histoire de famille. En 2017, Romy, la sœur de Myriam, a joint l'entreprise: «Romy m'a toujours aidée avec le site Web, le marketing et les communications. Parfois, elle aidait aussi à tenir la boutique.» C'est ainsi que nous avons constitué l'entreprise. Aujourd'hui, Myriam s'occupe du design, du développement de produits et des finances alors que Romy gère tout ce qui relève des opérations et du marketing; une symbiose qui a permis à la petite entreprise de croître plus rapidement.

Les sœurs Maguire ont commencé avec une boutique éphémère (*pop up*). Elles ont aujourd'hui trois boutiques avec pignon sur rue, à Montréal, à Toronto et à New York. Avec la croissance, chaque nouvelle boutique est porteuse de belles occasions: «Quand on déménage, on sait que quelques personnes nous connaissent, mais à part ça, on repart de zéro», raconte la créatrice. L'emplacement des boutiques permet aussi de conquérir de nouveaux marchés. La pandémie a eu une répercussion sur les loyers commerciaux, mais cela a aussi créé des occasions pour s'établir ailleurs. Un an après l'ouverture de leur boutique new-yorkaise, les sœurs Maguire commencent à reconnaître certains visages, signe qu'elles se bâtissent tranquillement une clientèle: «Il faut être patiente, ce n'est pas magique», souligne Myriam Belzile-Maguire.

«Ma sœur Romy m'a toujours aidée avec le site Web, le marketing et les communications. Parfois, elle aidait aussi à tenir la boutique.»



L'expansion au-delà des frontières pose d'autres défis. À Montréal ou à Toronto, les médias canadiens ont toujours soutenu la marque locale, mais aux États-Unis, les choses sont différentes: « On a découvert que tout tourne autour d'Hollywood, il faut que nos produits soient portés par des célébrités pour que les médias new-yorkais en parlent », explique-t-elle. Un système bien différent de celui qu'elles connaissaient ici.

Le marché américain est plus exigeant et plus compétitif, ce qui pose de nombreux défis pour une marque haut de gamme qui produit en petites quantités. Leurs préoccupations restent toutefois les mêmes: « On essaie de ne pas faire de soldes pour ne pas encourager la surconsommation: il n'y a pas de promotions autour du Vendredi fou, par exemple », assure-t-elle. Si certains modèles ne sont pas vendus une année, ils seront remis en magasin l'année d'après. Les hivers moins froids les ont également obligées à ajuster leur gamme en proposant des modèles conçus pour être portés tout au long de l'année. Une adaptation qui reflète un réel souci de minimiser l'effet de saisonnalité dans les produits.

**Les modèles de chaussures Maguire sont conçus de façon à être portés toute l'année. Maguire adapte aussi la conception pour limiter l'effet de saisonnalité. La marque ne fait pas de soldes de promotion autour du Vendredi fou.**

**Maguire fait partie des étoiles montantes du Palmarès des entreprises au féminin avec un chiffre d'affaires de plus de 1 million de dollars.**

## PASSER L'HIVER AVEC AUDVIK

Il existe au Québec une véritable « industrie de l'hiver ». Si de nombreuses catégories de biens de consommation courante sont désormais fabriquées à l'étranger – dont une part toujours croissante des vêtements que nous portons tous les jours –, les bottes, manteaux, gants et mitaines demeurent une spécialité de la Belle Province, où il est encore possible de se tailler une place.

FRANCIS GOSSELIN

Sophie Boyer est une ancienne skieuse de fond de haut niveau. Malgré un tempérament compétitif, elle se décrit comme une *slowpreneure* et réinvente, saison après saison, des produits de grande qualité, « chauds et parfaits pour affronter le climat d'ici ».

Audvik s'est imposée à elle au tout début de sa carrière professionnelle. Après avoir terminé ses études en marketing, études pendant lesquelles elle a occupé des postes en vente au sein de différentes boutiques de sport, Sophie Boyer a décidé de suivre sa passion et de choisir la vie d'entrepreneure, avec tous les hauts et les bas que cela impliquait. « Je ne regrette rien, mais jamais je n'aurais imaginé tous les défis auxquels j'ai dû faire face en 10 ans. »

Aidée de sa famille élargie, comme sa sœur et sa mère, qui s'occupent du design, et de son oncle, elle a décidé de racheter l'entreprise à un couple de professeurs d'éducation physique. « Ils avaient créé ça dans leur sous-sol, chez eux. » La marque de manteaux Audvik est aujourd'hui bien implantée, avec un entrepôt à Montréal. Sophie Boyer est proche de ses fournisseurs dans le milieu de la mode à Montréal. L'entreprise fabrique plus de 1 000 manteaux par année. Chez Audvik, personne n'est évalué, chronométré ou régi par des exigences de quantité. « Les nouvelles employées sont parfois confuses, car en milieu de travail, l'obsession de la productivité peut rendre le travail pénible et répétitif. »



Si la pandémie de COVID-19 a stimulé l'intérêt pour les sports extérieurs, et en conséquence a été très avantageuse pour Audvik, l'incertitude plane sur l'avenir du textile recyclé: « Avec le ralentissement économique, ce sera plus difficile, c'est certain. Les changements climatiques et le retard de l'hiver n'aident pas. » Écologique, la marque a aussi une plateforme de revente de manteaux usagés.

Aidée d'un réseau d'entrepreneurs et d'entrepreneures, tantôt issus de l'écosystème entrepreneurial québécois et de l'accélérateur montréalais MMode, Audvik fait sa place.

**Audvik fait partie des étoiles montantes du Palmarès des entreprises au féminin avec un chiffre d'affaires de plus de 1 million de dollars.**

Elles sont dans nos pages pour une cinquième année consécutive.  
Elles relèvent les défis du quotidien des affaires au féminin.

## Parole aux entrepreneures

« Les femmes d'affaires doivent s'entourer de personnes qui les aident à grandir. »

– Mélanie Roy,  
Atelier de Soudure Gilles Roy

« Que les femmes se soutiennent entre elles sur le marché du travail. Qu'elles ne soient pas en compétition, mais en mode solidaire. »

– Andréanne Mathieu,  
Niché

« À toutes les femmes qui hésitent ou qui doutent, sachez qu'il y a autant de modèles d'entrepreneures qu'il y a de femmes. Célébrez votre unicité et ayez confiance même si vous croyez que vous n'avez pas tout ce qu'il faut pour diriger une entreprise. »

– Brigitte Jalbert,  
Emballages Carrousel

« Je souhaite que le nombre de femmes entrepreneures continue de progresser. Nous sommes ambitieuses, innovantes, passionnées et bien plus encore. »

– Karine Joncas,  
KJ cosmétiques

« J'aimerais que les femmes en affaires sortent de l'ombre et soient plus visibles dans la société, naturellement. »

– Hélène Brisebois,  
SDK

« La croissance ne doit pas nécessairement être une finalité, elle viendra aux entreprises qui remplissent leur mission. »

– Sandrine Milante,  
EcoloPharm

« Il faut mettre le tourbillon sur pause pour célébrer le chemin parcouru et se focaliser sur ce qui est important. »

– Élisabeth Bélanger,  
Maison Orphée

« Je souhaite que les femmes n'aient pas peur de dire qu'elles veulent réussir à la fois leur vie professionnelle et personnelle. Il y a parfois un préjugé entourant la réussite d'une femme au détriment de sa vie familiale. »

– Pascale Pageau,  
Delegatus

« Je souhaite que les femmes en affaires puissent mettre en valeur leur immense capacité à s'entourer, et ce, d'hommes et de femmes. La clé du succès est dans la diversité et la complémentarité. »

– Caroline Thuot,  
Marilène Thuot,  
Andrée-Anne Thuot,  
Marjorie Thuot, Techno Diesel

« Il faut plus de femmes dans l'industrie du transport et de la logistique. »

– Andrea Crisan,  
Andy Transport

## NATURMANIA: DU TEXTILE QUI DURE

Naturmania, à Saint-Augustin-de-Desmaures, fabrique et commercialise des produits de plein air ainsi que des vêtements d'hiver. Pour la propriétaire de la marque, la transformation des matières recyclées pourrait changer les chaînes de production. Conversation avec Stéphanie Bernardet.

PROPOS RECUEILLIS PAR STÉPHANE DESJARDINS

« J'ai tout fait dans cette entreprise : assemblé les boîtes, installé les chaussons dans les bottes, confectionné les catalogues et les listes de prix, assuré le service à la clientèle, la paperasse bancaire, la facturation, la gestion des expéditions. À 25 ans, j'ai fait un retour aux études. Et je voulais fonder une famille. » Pendant 14 ans, Stéphanie Bernardet a mené deux carrières de front : thérapeute sportive et maman. Mais elle donnait aussi un coup de main à son père dans les périodes occupées, jusqu'à participer à la conception de produits et au développement de nouvelles collections. Lorsque le paternel a décidé de partir à la retraite, en 2016, il a proposé à sa fille de prendre la relève. À 39 ans, elle a accepté. « Je me suis enfermée dans mon bureau pendant six mois pour tout réévaluer, dit-elle. J'ai effectué des études de marché et repositionné tous les produits dans des créneaux uniques. »

Il a fallu prendre un virage pour faire face aux concurrents comme North Face, Columbia, Canada Goose et Kanuk. « On s'est positionné entre les manteaux mode peu

« Quand j'ai repris l'entreprise, je me suis enfermée dans mon bureau pendant six mois pour tout réévaluer. J'ai effectué des études de marché et repositionné tous les produits. »

performants et les produits sport peu attrayants, dit-elle. On a aussi pris un virage vert : quand nous concevons un produit, il faut qu'il dure pour la vie. Avec des fibres 100% polyester et des matériaux recyclés, Naturmania fabrique des manteaux durables : « Quand on ne peut pas utiliser une matière recyclable, le produit doit être quasi indestructible, reprend-elle. Toutes nos matières proviennent de produits recyclés. Même nos emballages sont en papier kraft non verni et teint avec des encres naturelles. Je donne souvent des maux de tête à nos concepteurs. »

« Il a fallu prendre un virage pour faire face aux concurrents comme North Face, Columbia, Canada Goose et Kanuk. »

### UNE ÉCONOMIE LOCALE

Au Québec, la confection a migré en Asie depuis plusieurs années déjà, à l'ère de la mondialisation. « Dommage, parce que 95% de la laine produite ici est jetée. Les textiles récupérés au Québec sont envoyés en Afrique, où 60% aboutissent au dépotoir. » Naturmania travaille avec des joueurs de l'industrie pour tenter le recyclage local. Ce qui entraîne d'autres défis, notamment la robotisation de la chaîne de production. Naturmania vend ses produits en ligne et dans les boutiques spécialisées, mais aussi chez Canadian Tire, Sports Experts, et en ligne, sur Best Buy et Amazon. Stéphanie Bernardet vend d'un océan à l'autre.

« On regarde les États-Unis, mais on va avant tout consolider notre percée de cette année dans l'Ouest canadien, dit-elle. L'environnement n'est pas facile, avec la pandémie, l'inflation, le jeu des grandes puissances sur la scène internationale et les difficultés des chaînes d'approvisionnement. Mon papa m'a confié que j'ai traversé autant de difficultés en 4 ans que lui, en 35 ans. Il a ajouté qu'il ne m'a pas fait de cadeau en me cédant son entreprise. » Qu'à cela ne tienne, les neuf employés et la vingtaine de représentants ont beaucoup de pain sur la planche. « Même si la conception se fait ici, on doit soigner notre réseau national de distribution, tout comme celui de la fabrication, qui s'étend un peu partout dans le monde. »

Naturmania fait partie des étoiles montantes du Palmarès des entreprises au féminin avec un chiffre d'affaires de plus de 1 million de dollars.

# CONSTRUCTION: UN + POUR LES LOCALITÉS



Quand elles ont pris la relève de l'entreprise familiale, en 2011, Alexandra et Marie-Pier Jacques se sont attaquées à un imposant chantier. Les deux sœurs ont redéfini la mission de Portes Lambton.

PROPOS RECUEILLIS PAR CLAUDE PLANTE

« Nos objectifs étaient d'abord d'atteindre la rentabilité, de renouer avec le plaisir au travail et de devenir des entrepreneures de référence, affirme Alexandra Jacques. Ça voulait dire acquérir une crédibilité et une notoriété positive auprès des gens. On a maintenu le cap. »

## EXPÉRIENCE DE TRAVAIL

Le recrutement en entreprise manufacturière demeure une préoccupation de tous les jours. « Lambton, c'est un village. L'hiver, c'est assez calme. Les restaurants sont fermés les premiers jours de la semaine. Les travailleurs préfèrent généralement les grandes villes », explique Marie-Pier Jacques. « Nous avons fait plus de place aux femmes

En entreprise, la motivation des employés dépend du sentiment d'appartenance. Les employés ont besoin de faire des rencontres et d'élargir leurs horizons.

© Émilie Hébert

8% DES ENTREPRISES DU PALMARÈS SONT ACTIVES DANS DES SECTEURS TRADITIONNELLEMENT MASCULINS.

43% DES ENTREPRISES AFFICHENT UNE PRIORITÉ DE RECRUTEMENT POUR LEUR PROCHAIN EXERCICE FISCAL. C'EST LE CAS DE LAMBTON ET DE TOITURE COUTURE.

dans la production. On a adapté la chaîne de production et les postes de travail. Ce que nous voulons c'est que les employés se sentent comme dans une famille; qu'ils aient le goût de venir travailler parce qu'il y a un enthousiasme dans le groupe. Parce que le gars qui travaille à côté de toi s'appelle Éric et que tu peux participer à des activités avec lui, comme des cinq-à-sept. » La pandémie de la COVID-19 en a fait voir de toutes les couleurs aux deux sœurs Jacques. Tout s'est bousculé. Chaque heure et chaque minute apportaient leur lot de surprises. Après avoir été fermée

dans les premières semaines de la crise en 2020, l'usine a pu reprendre ses activités à 50 pour cent. Puis à 75 pour cent, se souvient Alexandra Jacques. Les coûts des matériaux ont grimpé en flèche, mais maintenant, ça se stabilise. Les deux mères de famille reconnaissent qu'il faut jongler avec les priorités et se parler souvent.

Lambton fait partie des moyennes entreprises du Palmarès, avec un chiffre d'affaires de plus de 10 millions de dollars.

## Placer sa voix avec Anaïs Maranda

# PLACER SA VOIX, PRENDRE SA PLACE

Améliorez votre confiance et votre capacité à connecter avec votre auditoire grâce à des ateliers personnalisés de préparation à la prise de parole.

[info@anaismaranda.com](mailto:info@anaismaranda.com)

ANAÏS MARANDA  
DU CROQUÉ À LA PRISE DE PAROLE

## DES TOITS BLEUS ET DES HORIZONS DE CROISSANCE

Les villes et les localités s'adaptent aux changements climatiques. Sur la rive sud de Montréal, Toiture Couture propose de nouveaux services à ses clients, comme les toits bleus qui permettent de recueillir les eaux de pluie et de réduire les risques d'inondations. Les méthodes de recrutement ont changé.

CLAUDE PLANTE

«Le recrutement, c'est un gros défi pour nous. Comme on travaille en extérieur, on doit s'adapter aux changements climatiques et à une météo imprévisible», analyse Maryse Couture. Pour combler les besoins de main-d'œuvre, Toiture Couture doit recruter de nouveaux talents. «On cherche aussi à intéresser les jeunes au métier de la construction, car c'est un secteur d'avenir. Malheureusement, les métiers ou les corps de métiers manuels ne sont pas assez valorisés au Québec. Pour une entreprise comme

la nôtre, il est difficile d'attirer et de retenir des jeunes.» La principale difficulté, dans les métiers de rénovation, se situe dans la complexité du travail à exécuter puisqu'aucun projet n'est semblable à un autre: «Tous les projets sont différents.» Depuis quelques années, Toiture Couture doit s'adapter aux nouvelles réalités du marché. Par exemple, on demande de plus en plus de terrasses sur les toits des édifices. Avec l'augmentation des prix en immobilier et des coûts des matériaux, la demande pour maximiser les espaces construits est importante.

Les «toits bleus» permettent de conserver l'eau quand il y a de fortes pluies. Cette innovation facilite l'écoulement de l'eau vers les réseaux pluviaux des municipalités pour éviter les débordements. L'équipe de la direction de l'entreprise de 125 employés doit aussi composer avec une augmentation des coûts des matériaux qui oscille entre 30 et 50%: «Il a fallu négocier; on a trouvé d'autres produits pour livrer les commandes», confirme Maryse Couture. Avec la fin de la pandémie, les prix se stabilisent, et les défis de recrutement ne sont plus les mêmes.

Toiture Couture fait partie des moyennes entreprises du Palmarès, avec un chiffre d'affaires de plus de 10 millions de dollars.



### Une histoire de beauté éthique et d'Innovation Québécoise

Dès ses débuts, Mélissa Harvey avait un rêve : promouvoir l'éducation des femmes en soutenant le commerce équitable. C'est ainsi qu'est née l'idée de créer une marque de cosmétiques offrant des produits hautement performants et naturels à base de l'or pur du Maroc, l'huile d'argan. Au fil des ans, Mélissa et son équipe ont acquis une expertise inestimable dans la création de cosmétiques de gamme certifiés « Clean Beauty ». Zorah présente maintenant deux sérums innovants inspirés du microneedling, mais doux pour la peau et à base d'acide hyaluronique pur fabriqués dans leur laboratoire de pointe à Montréal. Ces sérums ont des résultats impressionnants, dès les premières applications ils augmentent la production de collagène et d'élastine jusqu'à 300 %, améliorant la fermeté, le tonus et réduisant les signes du vieillissement.

Dans toutes les pharmacies et les magasins naturels du Québec.



SCANNEZ-MOI pour plus d'info sur nos produits 3-plex acide hyaluronique [zorah.ca](http://zorah.ca)



la tête chercheuse

# Quæst.

Donnez un sens à vos ambitions : le programme Quæst

Une nouvelle offre complète de développement du leadership

La tête chercheuse, en plus d'être reconnue pour dépister des talents d'exception, permet désormais d'amplifier le talent par le développement de leur plein potentiel.

## LES PILIERS DE QUÆST

- 6 Quêtes de coaching individuel et d'équipe
- 11 LAB-Ateliers novateurs alimentés par notre connexion unique au monde du travail en constante évolution
- La psychométrie et son service d'analyse

## CONTACTEZ-NOUS

(514) 876-1677  
[quaest@latetechercheuse.com](mailto:quaest@latetechercheuse.com)

Suivez-nous!  



[latetechercheuse.com/quaest](http://latetechercheuse.com/quaest)



## Des solutions pour le bien-être des employées



Scannez ce code pour de l'information

façons d'éliminer les préjugés, notamment ceux entourant la période de la ménopause. Au Canada, on évalue qu'un quart de la main-d'œuvre pourrait être en pleine transition vers cette période charnière.

Malgré cette proportion importante, 4 femmes sur 10 disent se sentir seules pendant la ménopause et 54% d'entre elles estiment que c'est un sujet tabou. À titre d'acteurs de changement, les employeurs sont en mesure d'aider à supprimer

### Les employeurs peuvent jouer un rôle clé pour contribuer à réduire l'écart en santé.

cette couche du plafond de verre en instaurant diverses tactiques internes : partage de ressources, groupes de soutien, conversations ouvertes entre les dirigeantes et les employés, etc.

Au cours des prochaines années, les employeurs gagneront à s'inspirer des bonnes pratiques afin de compter sur une main-d'œuvre plus productive et en meilleure santé. Ces mesures représenteront sans aucun doute un avantage concurrentiel pour attirer et retenir les talents. Pour en savoir plus, consulter le dossier de réflexion *Travailler ensemble pour la santé des femmes*, présenté par la Sun Life.

Malgré les nombreux efforts déployés pour atteindre l'équité pour les femmes, force est d'admettre que l'écart persiste en matière de santé. Depuis trop longtemps, on refuse d'accorder à la santé des femmes l'attention qu'elle mérite, et celles-ci continuent d'en vivre les conséquences – y compris au travail. Heureusement, le statu quo tend à changer. Des employeurs emboîtent le pas et innovent afin de développer des solutions permettant d'améliorer le bien-être de leurs travailleuses.

#### Des régimes de garanties collectives inclusifs

Selon les plus récentes données de la Sun Life, un tiers (33%) des femmes jugent leur régime de garanties collectives insuffisant pour couvrir l'entièreté de leurs besoins. Que ce soit en regard de la santé mentale, de la santé reproductive ou

encore de la période de ménopause, les employeurs peuvent jouer un rôle clé pour contribuer à réduire l'écart en santé.

Les données le démontrent : la pandémie a eu un plus grand effet sur la santé mentale des femmes. Plus de 40% des demandes d'invalidité de longue durée des femmes portent sur des problèmes liés aux troubles mentaux. En veillant à mettre en place une couverture adéquate pour les soins de santé mentale, il est possible de réduire les absences, de diminuer le taux d'invalidité et d'accélérer le rétablissement et le retour des employées.

#### Des politiques et des pratiques de soutien

La communication, la sensibilisation et les mesures de soutien en entreprise représentent maintes

## LES GRANDES ENTREPRISES PLUS DE 50 MILLIONS \$

Ces leaders de leur industrie ont un chiffre d'affaires annuel de plus de 50 millions de dollars et comptent jusqu'à plusieurs centaines d'employés.



## LES GRANDES | PLUS DE 50 M\$

ENTREPRISES	ENTREPRENEURES	SIÈGE SOCIAL	SECTEUR D'ACTIVITÉ	EMPLOYÉS	ANNÉES D'EXISTENCE
<b>Aliments Asta</b>	<b>Stéphanie Poitras</b>	Bas-Saint-Laurent	Fabrication	Plus de 500	41
<b>Andy Transport</b>	<b>Andreea Crisan</b>	Montréal	Transport par camion	201 à 500	22
<b>Beauport Hyundai / Genesis de Québec</b>	<b>Annie Laliberté</b>	Centre-du-Québec	Commerce de détail	51 à 100	15
<b>Biron Groupe Santé</b>	<b>Caroline Biron</b>	Montréal	Soins de santé et assistance sociale	Plus de 500	72
<b>Coffrages Synergy</b>	<b>Isabelle Côté</b>	Lanaudière	Construction	Plus de 500	24
<b>Constructions Bâtiments Québec (BQ)</b>	<b>Johanne Guertin</b>	Montréal	Construction	21 à 50	45
<b>Dermapure</b>	<b>Marilyne Gagné</b>	Estrie	Services professionnels, scientifiques et techniques	201 à 500	14
<b>Dubois Agrinovation</b>	<b>Ginette Guinois</b>	Montréal	Agriculture, foresterie, pêche et chasse	51 à 100	65
<b>EPIQ Machinerie</b>	<b>Éloïse Harvey</b>	Montréal	Fabrication et équipement lourd	201 à 500	2
<b>Germain Hôtels</b>	<b>Christiane Germain</b>	Capitale-Nationale	Hébergement et services de restauration	Plus de 500	35
<b>Groupe Ashton</b>	<b>Émily Adam</b>	Capitale-Nationale	Services de restauration et débit de boisson	Plus de 500	54
<b>Groupe Guilbault</b>	<b>Nadine Guilbault</b>	Capitale-Nationale	Transport et entreposage	Plus de 500	94
<b>Groupe SM Tardif</b>	<b>Geneviève Tardif, Caroline Tardif</b>	Capitale-Nationale	Construction	201 à 500	44
<b>Lanctôt Distribution</b>	<b>Diane Lanctôt</b>	Montréal	Commerce de gros	201 à 500	40
<b>Les Emballages Carrousel</b>	<b>Brigitte Jalbert</b>	Montréal	Commerce de gros	201 à 500	52
<b>Les recettes Cook it</b>	<b>Judith Fetzer</b>	Montréal	Services de restauration et débit de boisson	201 à 500	9

## LES GRANDES | PLUS DE 50 M\$

ENTREPRISES	ENTREPRENEURES	SIÈGE SOCIAL	SECTEUR D'ACTIVITÉ	EMPLOYÉS	ANNÉES D'EXISTENCE
<b>Les Tourbières Berger</b>	<b>Valérie Berger, Mélissa Berger</b>	Bas-Saint-Laurent	Agriculture, foresterie, pêche et chasse	Plus de 500	60
<b>LG2</b>	<b>Pénélope Fournier, Mireille Côté, Julie Dubé</b>	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	Plus de 500	32
<b>LOGISTEC Corporation</b>	<b>Madeleine Paquin</b>	Montréal	Services maritimes et environnementaux	Plus de 500	71
<b>Nationex</b>	<b>Catryn Pinard</b>	Montréal	Transport par camion	Plus de 500	43
<b>ORAM Mécanique du bâtiment</b>	<b>Marie-Claude Allaire</b>	Laurentides	Construction	201 à 500	53
<b>P.H. Tech</b>	<b>Caroline Dallaire, Claudia Lapointe</b>	Chaudière-Appalaches	Fabrication	201 à 500	61
<b>Roy.</b>	<b>Julie Roy</b>	Montréal	Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement	Plus de 500	69
<b>Simplex location d'outils</b>	<b>Célestine Véronneau</b>	Montréal	Services immobiliers et services de location et de location à bail	Plus de 500	116
<b>Syscomax</b>	<b>Mélissa Robitaille</b>	Laurentides	Construction	51 à 100	35
<b>Trudeau Corporation International</b>	<b>Anne-Marie Trudeau</b>	Montréal	Commerce de gros	51 à 100	134
<b>Voyages à Rabais</b>	<b>Sylvie Myre</b>	Mauricie	Tourisme	51 à 100	22

87% des entreprises du Palmarès qui ont un chiffre d'affaires de plus de 5 millions \$ ont connu une croissance par rapport à l'an dernier.

## Financement d'entreprise : les bons réflexes

Les entreprises ont besoin de capitaux pour investir dans de nouvelles technologies, embaucher du personnel, développer de nouveaux produits et élargir leurs activités. L'accès à un financement suffisant et abordable favorise la compétitivité des entreprises, stimule la productivité et crée des emplois.

**On regarde d'abord les possibilités de croissance organique, c'est-à-dire la croissance naturellement créée par les revenus de l'entreprise.**

Le financement organique, ou financement interne, fait référence aux méthodes de financement qui proviennent des ressources internes d'une entreprise ou d'une organisation. Cela signifie qu'au lieu de s'appuyer sur des sources externes de financement, comme des prêts bancaires ou des investisseurs, l'entreprise utilise ses propres bénéfices, ses actifs ou ses réserves pour financer ses activités, ses projets et son expansion.

[20minutescpa.ca/financement](https://20minutescpa.ca/financement)



Louis-Edgar Jean-François, CPA,  
et président-directeur général,  
Groupe 3737

**Les subventions,** les partenariats d'affaires, les initiatives marketing comme les concours et les bourses sont aussi des moyens de financer les activités de l'entreprise ou les projets d'expansion. Les subventions sont des fonds octroyés par des organismes gouvernementaux, des OBNL, des fondations ou des institutions publiques ou privées, à des individus ou à des organisations pour réaliser des projets spécifiques. Les partenariats d'affaires sont des formes de financement offertes par des entreprises ou des organisations privées à des individus ou des projets qui peuvent offrir une visibilité ou une valeur de marque. Au Québec, ces partenariats d'affaires se déclinent en parrainage d'événements ou en soutien à des causes sociales.

**Si les revenus autogénérés sont insuffisants,** les prêts sans intérêts ou à bas taux d'intérêt, offerts par les gouvernements, l'écosystème entrepreneurial ou certaines banques, sont aussi des leviers de croissance. Les prêts sans intérêts, également connus sous le nom de prêts à taux zéro ou prêts à intérêts nuls, sont des formes de financement où l'emprunteur ne paie aucun intérêt sur le montant emprunté.

**Les prêts réguliers, avec taux d'intérêt préférentiels** ajustés au risque, sont aussi proposés par les banques et les investisseurs privés. On parle alors de « coût » du capital pour les entreprises qui continuent leur expansion.

**L'investissement en capital-actions** mobilise des investisseurs privés comme les anges financiers ou les sociétés de capital de risque pour alimenter le roulement des activités de l'entreprise.

**L'achat de titres de propriété d'une entreprise** génère un rendement sur les bénéfices de l'entreprise. Ce type d'investissement nécessite un achat d'actions, ce qui donne à son détenteur le droit de revendiquer une partie des actifs de l'entreprise et de ses bénéfices. À terme, ce financement est coûteux pour l'entreprise, mais rentable pour l'investisseur en capital-actions, ce dernier bénéficiant de l'augmentation de la valeur de l'entreprise, d'autant plus si elle est bien gérée et développée.



## PME MTL vise le leadership au féminin

### Une offre de financement présentée par des femmes et pour les femmes

PME MTL s'engage à soutenir les entrepreneures tout au long de leur parcours. Valérie Laffineur, directrice services-conseils et financement à PME MTL Centre-Est, note d'ailleurs que de plus en plus de projets entrepreneuriaux sont menés par des femmes.

Au cœur de l'offre de financement de PME MTL se trouve une enveloppe de prêts substantielle, accessible tout au long de l'année et s'élevant jusqu'à 450000\$. « Je me réjouis de voir des projets portés par des femmes. J'aime voir leur ambition », énonce fièrement la directrice.

### Du financement adapté à chaque projet

Si les femmes se tournent davantage vers l'autofinancement, Valérie mentionne qu'au démarrage, PME MTL propose des services-conseils personnalisés, spécialisés dans divers

secteurs d'activité. « Ces services sont gratuits », rappelle-t-elle, et peuvent aider à structurer les dossiers de financement et à rassembler les bailleurs de fonds pour élaborer des montages financiers adaptés à chaque projet, garantissant ainsi le meilleur taux d'intérêt et la solution financière optimale.

Pour leur jeune entreprise de moins de cinq ans, les entrepreneures ont la possibilité de compléter leur financement par prêts avec des subventions allant jusqu'à

**« Un conseiller ou une conseillère est toujours disponible, ce qui permet une approche personnalisée. »**

– Valérie Laffineur, directrice services-conseils et financement à PME MTL Centre-Est

15000\$. « Certains fonds peuvent aussi soutenir les projets afin de stimuler l'innovation, la productivité, le développement durable et soutenir les projets technologiques », mentionne Valérie Laffineur.

**« Nous aspirons à la parité dans tous nos conseils d'investissement. »**

– Valérie Laffineur, directrice services-conseils et financement à PME MTL Centre-Est

PME MTL se distingue également par sa flexibilité dans la modulation des échéances des prêts en fonction des besoins des entrepreneures liés à la saisonnalité de leurs ventes et services. « Un conseiller ou une conseillère est toujours disponible, ce qui permet une approche personnalisée », ajoute-t-elle. On contribue ainsi à briser l'isolement, élément essentiel selon Valérie Laffineur, surtout pour les petites entreprises.

### Une vision à long terme

L'engagement envers le leadership féminin ne s'arrête pas au financement des entreprises. Il se reflète aussi dans les directions de PME MTL, avec trois des six pôles de Montréal dirigés par des femmes. « Nous aspirons à la parité dans tous nos conseils d'investissement », affirme Valérie Laffineur. Selon elle, la parité permet d'ailleurs une analyse plus complète des projets entrepreneuriaux. Et c'est ainsi que PME MTL participe à la création d'un environnement propice à la réussite des entrepreneures dans l'écosystème d'affaires de Montréal.

PME  
— MTL

## LES MOYENNES ENTREPRISES 10 À 50 MILLIONS \$

Ces entreprises bien établies ont un chiffre d'affaires annuel qui va de 10 à 50 millions de dollars. Elles emploient plusieurs dizaines de collaborateurs.

## LES MOYENNES | 10M\$ À 50M\$

ENTREPRISES	ENTREPRENEURES	SIÈGE SOCIAL	SECTEUR D'ACTIVITÉ	EMPLOYÉS	ANNÉES D'EXISTENCE
<b>Adviso</b>	<b>Elizabeth Henry, Amélie Morin-Godard</b>	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	101 à 200	20
<b>Airmédic</b>	<b>Sophie Larochelle</b>	Montréal	Soins de santé et assistance sociale	101 à 200	11
<b>BARIL Manufacturier</b>	<b>Marie-Ève Baril</b>	Mauricie	Fabrication	51 à 100	37
<b>Bleublancrouge</b>	<b>France Wong</b>	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	51 à 100	40
<b>Boulangerie St-Donat</b>	<b>Marie-Ève St-Amour</b>	Lanaudière	Fabrication	51 à 100	99
<b>Brio boutique de management</b>	<b>Caroline Ménard, Marie-Paule Giguère, Céline Huot, Myriam Levert, Alexandra Corbeil</b>	Montréal	Autres services (sauf les administrations publiques)	51 à 100	18
<b>Cinélande</b>	<b>Nick Jolicoeur, Stéphanie Lord</b>	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	51 à 100	37
<b>Clinique Chirurgicale de Laval</b>	<b>Josée Morin</b>	Laval	Soins de santé et assistance sociale	201 à 500	16
<b>Construction Maurice Bilodeau</b>	<b>Caroline Boilard</b>	Chaudière-Appalaches	Construction	21 à 50	51
<b>Cordé Électrique</b>	<b>Lise Déziel</b>	Estrie	Fabrication	101 à 200	13
<b>Créapub</b>	<b>Danyelle Blouin, Michèle Boucher</b>	Capitale-Nationale	Services professionnels, scientifiques et techniques	21 à 50	46
<b>Delegatus services juridiques</b>	<b>Pascale Pageau</b>	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	51 à 100	18
<b>Drummondville Volkswagen</b>	<b>Nathalie Boies</b>	Centre-du-Québec	Commerce de détail	51 à 100	13
<b>EcoloPharm</b>	<b>Sandrine Milante</b>	Montréal	Fabrication	21 à 50	14

## LES MOYENNES | 10M\$ À 50M\$

ENTREPRISES	ENTREPRENEURES	SIÈGE SOCIAL	SECTEUR D'ACTIVITÉ	EMPLOYÉS	ANNÉES D'EXISTENCE
<b>Edgenda</b>	<b>Marie-Pier St-Hilaire, Sara Garneau, Nathalie Gosselin</b>	Capitale-Nationale	Services professionnels, scientifiques et techniques	201 à 500	24
<b>Éditions Pratico-Pratiques</b>	<b>Caty Bérubé</b>	Capitale-Nationale	Industrie de l'information et industrie culturelle	101 à 200	20
<b>Enveloppe Concept</b>	<b>Zara-Emmanuelle Villani</b>	Montréal	Fabrication	51 à 100	35
<b>Equifruit</b>	<b>Jennie Coleman, Kim Chackal</b>	Montréal	Agriculture, foresterie, pêche et chasse	1 à 20	17
<b>Escaléra entrepreneur général</b>	<b>Annie Bernatchez</b>	Capitale-Nationale	Construction	21 à 50	16
<b>Fumoir Grizzly</b>	<b>Laura Boivin</b>	Capitale-Nationale	Fabrication	51 à 100	32
<b>Groupe Cambli</b>	<b>Véronique Tougas</b>	Montréal	Fabrication	101 à 200	30
<b>Groupe Magnitude</b>	<b>Manon Leclerc</b>	Capitale-Nationale	Fabrication	51 à 100	32
<b>Groupe MMI</b>	<b>Annie Laplante</b>	Montréal	Nettoyage commercial	201 à 500	31
<b>Habitations Cozy</b>	<b>Evelyne Daigneault</b>	Montréal	Construction	1 à 20	5
<b>IGA Extra Shawinigan</b>	<b>Séléna Baril</b>	Mauricie	Commerce de détail	101 à 200	17
<b>Îlo307</b>	<b>France Régimbal</b>	Montréal	Commerce de gros	1 à 20	28
<b>Int-elle corporation</b>	<b>Mirka Boudreau</b>	Côte-Nord	Services professionnels, scientifiques et techniques	101 à 200	6
<b>Jambette</b>	<b>Marie-Noël Grenier</b>	Chaudière-Appalaches	Fabrication	51 à 100	40
<b>JOELLE</b>	<b>Joelle Desaulniers</b>	Mauricie	Commerce de détail et fabrication	51 à 100	7
<b>Karine Joncas Cosmétiques</b>	<b>Karine Joncas</b>	Montréal	Commerce de gros	51 à 100	21

## LES MOYENNES | 10M\$ À 50M\$

ENTREPRISES	ENTREPRENEURES	SIÈGE SOCIAL	SECTEUR D'ACTIVITÉ	EMPLOYÉS	ANNÉES D'EXISTENCE
<b>KO Média</b>	<b>Sophie Banford</b>	Montréal	Industrie de l'information et industrie culturelle	21 à 50	8
<b>L'Intervalle</b>	<b>Vicky Scalia</b>	Montréal	Commerce de détail	101 et 200	8
<b>La Maison Lavande</b>	<b>Florence Ferron, Nancie Ferron, Marjolaine Ferron</b>	Laurentides	Commerce de détail	101 à 200	14
<b>La Maison Orphée</b>	<b>Élisabeth et Élane Bélanger</b>	Capitale-Nationale	Fabrication	21 à 50	40
<b>Lambert Design</b>	<b>Mélissa Lambert</b>	Montréal	Commerce de détail	21 à 50	6
<b>Laroche mécanique du bâtiment</b>	<b>Jennifer Hamel</b>	Capitale-Nationale	Construction	51 à 100	57
<b>Le Groupe Multi Luminaire</b>	<b>Catherine Patry</b>	Laval	Commerce de détail	51 à 100	45
<b>Les Aliments Morehouse Canada</b>	<b>Karina Massicotte</b>	Laval	Fabrication	51 à 100	23
<b>Les Équipements Lapierre</b>	<b>Chantal Lapierre</b>	Etrie	Fabrication	201 à 500	45
<b>Les industries Cendrex</b>	<b>Francine Pomerleau</b>	Montréal	Fabrication	51 à 100	38
<b>Les Viandes Biologiques de Charlevoix</b>	<b>Elsa Girard, Natasha McNicoll</b>	Capitale-Nationale	Agriculture, foresterie, pêche et chasse	21 à 50	22
<b>LG Cloutier</b>	<b>Valérie Rancourt-Grenier</b>	Chaudière-Appalaches	Fabrication	101 à 200	45
<b>LOOP Mission</b>	<b>Julie Poitras-Saulnier</b>	Laurentides	Fabrication	51 à 100	7
<b>LSA &amp; Cie</b>	<b>Julie Laberge</b>	Montréal	Hébergement et services de restauration	201 à 500	21
<b>LSR GesDev</b>	<b>Annie Lemieux</b>	Montréal	Services immobiliers et services de location et de location à bail	21 à 50	12
<b>Marfoglia Construction</b>	<b>Gabrielle Marfoglia</b>	Montréal	Construction	21 à 50	33

## LES MOYENNES | 10M\$ À 50M\$

ENTREPRISES	ENTREPRENEURES	SIÈGE SOCIAL	SECTEUR D'ACTIVITÉ	EMPLOYÉS	ANNÉES D'EXISTENCE
<b>MESAR</b>	<b>Hélène Genest</b>	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	101 à 200	40
<b>MSDL Architectes</b>	<b>Anik Shooner, Julie Morin, Catherine Bélanger, Joanne Parent, Anne Lafontaine</b>	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	101 à 200	29
<b>Oberson</b>	<b>Alexandra Oberson</b>	Laval	Commerce de détail	101 à 200	60
<b>Paber Aluminium</b>	<b>Geneviève Paris</b>	Chaudière-Appalaches	Fabrication	101 à 200	42
<b>Pharmacies Stéfanie Ouellet inc. affiliées à Familiprix</b>	<b>Stéfanie Ouellet</b>	Capitale-Nationale	Soins de santé et assistance sociale	21 à 50	36
<b>Pigeon Brands</b>	<b>Elyse Boulet</b>	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	51 à 100	46
<b>Plomberie Richard Jubinville</b>	<b>Sandra Jubinville</b>	Montréal	Construction	51 à 100	38
<b>Pneus Ratté</b>	<b>Charlyne Ratté</b>	Capitale-Nationale	Commerce de détail	201 à 500	89
<b>Portes et Fenêtres Abritek</b>	<b>Josée Bilodeau, Catherine Dupuis, Bianca Dupuis</b>	Chaudière-Appalaches	Fabrication	101 à 200	36
<b>Portes Lambton</b>	<b>Alexandra Jacques, Marie-Pier Jacques</b>	Etrie	Fabrication	101 à 200	30
<b>PRANA Biovegan</b>	<b>Marie-Josée Richer</b>	Montréal	Transformation agroalimentaire	101 à 200	18
<b>Provencher Roy</b>	<b>Sonia Gagné, Nathalie Dion, Audrey Monty, Daphnee Van Lierde</b>	Montréal	Construction	201 à 500	40
<b>Quinco &amp; Cie</b>	<b>Élane Paquin</b>	Etrie	Fabrication	51 à 100	24
<b>Richard &amp; Cie</b>	<b>Nathalie Richard</b>	Capitale-Nationale	Commerce de gros	21 à 50	22

## LES MOYENNES | 10M\$ À 50M\$

ENTREPRISES	ENTREPRENEURES	SIÈGE SOCIAL	SECTEUR D'ACTIVITÉ	EMPLOYÉS	ANNÉES D'EXISTENCE
<b>RocArtz</b>	<b>Marie-Line Ferland</b>	Montréal	Fabrication	21 à 50	12
<b>Safari Condo</b>	<b>Dominique Nadeau</b>	Chaudière-Appalaches	Fabrication	101 à 200	25
<b>SDK et associés</b>	<b>Hélène Brisebois, Caroline Blais</b>	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	51 à 100	65
<b>Signalisation de Ville</b>	<b>Marilyne Vallières</b>	Lanaudière	Construction	101 à 200	10
<b>Sports DRC</b>	<b>Émilie St-Laurent</b>	Saguenay-Lac-Saint-Jean	Commerce de détail	21 à 50	51
<b>STGM Architecture</b>	<b>Dominique St-Gelais, Paule Bourdon, Valérie Gagné, Elsa Vincent, Karine Faucher-Lamontagne, Anouk Boucher-Pilon, Isabelle Bourque</b>	Capitale-Nationale	Services professionnels, scientifiques et techniques	101 à 200	22
<b>Techno Diesel</b>	<b>Caroline Thuot, Marilène Thuot, Andrée-Anne Thuot, Marjorie Thuot</b>	Lanaudière	Transport par camion	101 à 200	46
<b>Télénet Communications</b>	<b>Annick St-Pierre</b>	Saguenay-Lac-Saint-Jean	Technologie de l'information et des communications	21 à 50	
<b>Toitures Couture &amp; Associés</b>	<b>Maryse Couture</b>	Montréal	Construction	101 à 200	42
<b>Topring</b>	<b>Anne-Catherine Ménard</b>	Montréal	Fabrication	51 à 100	44
<b>Trans-Herbe</b>	<b>Johanne Dion</b>	Montréal	Fabrication	101 à 200	31
<b>Unimedic</b>	<b>Pascale Lamarche</b>	Saguenay-Lac-Saint-Jean	Soins de santé et assistance sociale	51 à 100	20

## LES FORCES VIVES

### 5 À 10 MILLIONS\$

Ces PME dynamiques ont un chiffre d'affaires annuel compris entre 5 et 10 millions de dollars et reflètent la composition du tissu économique du Québec.

## LES FORCES VIVES | 5 M\$ À 10 M\$

ENTREPRISES	ENTREPRENEURES	SIÈGE SOCIAL	SECTEUR D'ACTIVITÉ	EMPLOYÉS	ANNÉES D'EXISTENCE
<b>Absolu</b>	Linda Desrochers, Shanie Dauphinais, Jessica Langlois	Centre-du-Québec	Services professionnels, scientifiques et techniques	51 à 100	36
<b>Agence Unik</b>	Geneviève Delagrave, Lisa-Lune St-Jean Lemieux, Marie- Claude Jourdain	Laval	Services professionnels, scientifiques et techniques	21 à 50	6
<b>Alia Conseil</b>	Catherine Privé	Capitale-Nationale	Services professionnels, scientifiques et techniques	51 à 100	29
<b>Anatis Bioprotection</b>	Silvia Todorova	Laval	Agriculture, foresterie, pêche et chasse	21 à 50	17
<b>Atelier de Soudure Gilles Roy</b>	Mélanie Roy	Bas-Saint-Laurent	Fabrication	21 à 50	44
<b>Baléco (The Unscented Company)</b>	Anie Rouleau	Montréal	Commerce de détail	1 à 20	12
<b>Besco</b>	Sylvie Percy	Laval	Construction	1 à 20	45
<b>bicom</b>	Vicky Boudreau, Marie-Noëlle Hamelin	Montréal	Autres services (sauf les administrations publiques)	21 à 50	18
<b>Biodextris</b>	Christine Jacques	Laval	Services professionnels, scientifiques et techniques	21 à 50	8
<b>Boulangerie MariePain</b>	Élisabeth Perreault	Lanaudière	Commerce de détail	101 à 200	44
<b>Cartier</b>	Audrée Couture	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	51 à 100	32
<b>CASACOM</b>	Marie-Josée Gagnon, Catherine Chantal-Boivin, Mylène Demers, Mathilde St-Vincent	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	21 à 50	22
<b>Construction Nivo-Tech</b>	Mélissa Lapointe	Saguenay-Lac-Saint-Jean	Construction	21 à 50	33

## LES FORCES VIVES | 5 M\$ À 10 M\$

ENTREPRISES	ENTREPRENEURES	SIÈGE SOCIAL	SECTEUR D'ACTIVITÉ	EMPLOYÉS	ANNÉES D'EXISTENCE
<b>Couvreur Rolland Boudreault</b>	Josée Boudreault	Outaouais	Construction	21 à 50	50
<b>Entreprises Maltais</b>	Julie Laberge	Nord-du-Québec	Agriculture, foresterie, pêche et chasse	21 à 50	37
<b>fdmt</b>	Karine Gagner	Montréal	Commerce de gros	21 à 50	21
<b>Filo Import</b>	Sandra Filopoulos	Lanaudière	Import-export, développement de produits licenciés	1 à 20	8
<b>Groupe Axiomatech</b>	Josée Dufour	Laval	Construction	1 à 20	16
<b>Groupe d'édition la courte échelle</b>	Mariève Talbot	Montréal	Arts, spectacles et loisirs	1 à 20	45
<b>Groupe Intervia</b>	Caterina Milioto	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	21 à 50	7
<b>Groupe LDL</b>	Stéphanie Lagacé, Véronique Lagacé	Montréal	Services d'enseignement	101 à 200	24
<b>Groupe Sutton Performer</b>	Linda Mandanici	Montréal	Services immobiliers et services de location et de location à bail	1 à 20	20
<b>Industrie Gastronomique Casajares</b>	Isabelle Eysseric	Montréal	Fabrication	21 à 50	14
<b>Industries UDACO</b>	Caroline Baril	Lanaudière	Fabrication	21 à 50	38
<b>Intel2Talent Canada</b>	Brigitte Simard	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	1 à 20	5
<b>JOVACO Solutions</b>	Valerie Coutu	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	21 à 50	40
<b>Lachance Gravel</b>	Annik Lachance Gravel	Saguenay-Lac-Saint-Jean	Hygiène et salubrité – Service de distribution	101 à 200	8

## LES FORCES VIVES | 5 M\$ À 10 M\$

ENTREPRISES	ENTREPRENEURES	SIÈGE SOCIAL	SECTEUR D'ACTIVITÉ	EMPLOYÉS	ANNÉES D'EXISTENCE
<b>Les Soeurs en Vrac</b>	<b>Natalie Catherine Provost, Stéphanie Provost, Claudine Provost</b>	Montréal	Commerce de gros	21 à 50	25
<b>Les Transports Maggy Beaudet</b>	<b>Maggy Beaudet</b>	Chaudière-Appalaches	Fabrication	21 à 50	27
<b>Made in</b>	<b>Auréli Sauthier, Sophie Benarab</b>	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	21 à 50	11
<b>Madessa Professionnel</b>	<b>Lina Ritvisay</b>	Laval	Services professionnels, scientifiques et techniques	1 à 20	9
<b>Nancy Martel et Marie-Claude Thivierge pharmaciennes</b>	<b>Nancy Martel, Marie-Claude Thivierge</b>	Capitale-Nationale	Soins de santé et assistance sociale	51 à 100	7
<b>Niché</b>	<b>Andréanne Mathieu</b>	Montréal	Événementiel	21 à 50	10
<b>Parikart</b>	<b>Hélène Paré</b>	Chaudière-Appalaches	Commerce de détail	21 à 50	30
<b>Pharmacie Jennifer Dastous</b>	<b>Jennifer Dastous</b>	Côte-Nord	Soins de santé et assistance sociale	21 à 50	26
<b>Pièces d'Auto Joliette</b>	<b>Élisabeth Lambert</b>	Lanaudière	Commerce de gros	21 à 50	90
<b>Portes et Fenêtres Verchères</b>	<b>Stéphanie Gingras</b>	Montérégie	Construction	1 à 20	15
<b>PRISME architecture</b>	<b>Krystel Flamand</b>	Montérégie	Services professionnels en architecture	21 à 50	66
<b>Réseau Infirmia / Harfang Santé</b>	<b>Isabelle Lechasseur</b>	Capitale-Nationale	Soins de santé et assistance sociale	101 à 200	12
<b>Signalisation STP</b>	<b>Marilyne Vallières</b>	Montérégie	Construction	51 à 100	8
<b>Synergia entretien ménager</b>	<b>Maxime Paquette-D'Avignon</b>	Estrie	Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement	101 à 200	12

## LES FORCES VIVES | 5 M\$ À 10 M\$

ENTREPRISES	ENTREPRENEURES	SIÈGE SOCIAL	SECTEUR D'ACTIVITÉ	EMPLOYÉS	ANNÉES D'EXISTENCE
<b>Toc Toc Communications</b>	<b>Caroline Desautels</b>	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	21 à 50	26
<b>V Kosmetik International (Beauty Products) Corp.</b>	<b>Vickie Joseph</b>	Montréal	Commerce de gros	1 à 20	6
<b>Vigilance Santé</b>	<b>Andrée-Anne Chevalier</b>	Lanaudière	Industrie de l'information et industrie culturelle	51 à 100	35
<b>VIVA médico-esthétique</b>	<b>Cécile Dufour</b>	Capitale-Nationale	Clinique médico-esthétique	51 à 100	11
<b>Womance</b>	<b>Andréanne Marquis</b>	Capitale-Nationale	Commerce de détail	21 à 50	8
<b>Zorah biocosmétiques</b>	<b>Mélissa Harvey</b>	Montréal	Fabrication	21 à 50	18

17% des entreprises du Palmarès qui ont un chiffre d'affaires de plus de 5 millions de dollars utilisent le financement privé comme levier de croissance.

## Fatiha Senhaji devient vice-présidente, diversité de la clientèle à BDC



© Unsplash

Fatiha Senhaji a joint l'équipe de la Banque de développement du Canada (BDC) en 2023. À la tête d'une équipe de directeurs régionaux partout au pays, elle pilote la stratégie visant la diversité de la clientèle en travaillant avec des partenaires pour renforcer le soutien et l'apprentissage chez les entrepreneurs clients de BDC.

### Un parcours professionnel solide et des compétences

Fatiha est une figure reconnue et travaille depuis plus de 20 ans dans le secteur bancaire. Elle a notamment été directrice nationale, industrie et programmes zéro obstacle chez BMO Groupe financier. Toujours pour BMO, elle a occupé les postes de vice-présidente, trésorerie et solutions de paiement, vice-présidente, services bancaires aux entreprises ainsi que directrice de banque.

Fatiha est de retour à BDC après avoir travaillé en collaboration avec l'organisation pendant trois ans à titre de directrice principale du développement des affaires. Aujourd'hui, elle prend les rênes de la vice-présidence afin de mettre les entrepreneurs en relation les uns avec les autres et de travailler avec des profils de tous horizons et aux ambitions diverses.

### Une ambassadrice au service de la diversité et de l'inclusion

Mot d'ordre depuis plusieurs années, la diversité est plus que jamais au cœur des débats. L'arrivée de Fatiha à BDC est donc une bonne nouvelle. Reconnue pour son leadership inclusif, Fatiha prône une approche dynamique et ouverte sans discrimination. Avec une stratégie axée sur la mise en valeur des femmes et des minorités dans le milieu entrepreneurial, elle s'impose depuis longtemps comme une source d'inspiration et de motivation partout au pays. Son ambition

**Reconnue pour son leadership inclusif, Fatiha prône une approche dynamique et ouverte, sans discrimination.**

est d'aider des entrepreneurs aux profils variés à réussir en affaires. Fatiha saura assurément soutenir les entreprises grâce à la mise en œuvre de stratégies innovantes visant le développement et l'expansion, tout en créant un environnement de travail inclusif qui favorise l'épanouissement et l'innovation.



## ÉTOILES MONTANTES

En marge du Palmarès, ces entreprises ont un chiffre d'affaires qui se situe entre 1 et 5 millions de dollars. Voici 86 étoiles montantes qui sont promises à un brillant avenir.

## LES ÉTOILES MONTANTES | 1 M\$ À 5 M\$

ENTREPRISES	ENTREPRENEURES	SIÈGE SOCIAL	SECTEUR D'ACTIVITÉ	EMPLOYÉS	ANNÉES D'EXISTENCE
<b>À la Boîte à Fleurs de Laval</b>	<b>Stéphanie Joly, Marie-Ève Joly, Francine Locas-Joly</b>	Laval	Commerce de détail	1 à 20	57
<b>Agence Canidé</b>	<b>Rachel Desbiens-Després</b>	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	21 à 50	8
<b>Agence Charlie</b>	<b>Fanny Larocque</b>	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	1 à 20	7
<b>Agence dada</b>	<b>Manon Goudreault, Andréanne Isabelle Poitras</b>	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	21 à 50	13
<b>Aptitude Ergo</b>	<b>Sylvie Marchand, Josée Morin</b>	Laval	Soins de santé et assistance sociale	21 à 50	7
<b>Arsenal Conseils</b>	<b>Sophie-Emmanuelle Chebin</b>	Capitale-Nationale	Services professionnels, scientifiques et techniques	21 à 50	8
<b>Auberge des 21</b>	<b>Valeria Landivar</b>	Saguenay-Lac-Saint-Jean	Hébergement et services de restauration	21 à 50	30
<b>Béké-bobo</b>	<b>Maggy-Nadyne Lamarche</b>	Montréal	Fabrication	1 à 20	17
<b>BIP Recherche</b>	<b>Lucie Leclerc</b>	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	51 à 100	35
<b>BKIND</b>	<b>Marilyne Bouchard</b>	Montréal	Commerce de détail	1 à 20	9
<b>Braindate par e180</b>	<b>Christine Renaud</b>	Montréal		21 à 50	11
<b>Cabana Séguin</b>	<b>Mylène Duguay</b>	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	1 à 20	64
<b>Caméléon RH</b>	<b>Marie-Andrée Lévesque</b>	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	1 à 20	3

## LES ÉTOILES MONTANTES | 1 M\$ À 5 M\$

ENTREPRISES	ENTREPRENEURES	SIÈGE SOCIAL	SECTEUR D'ACTIVITÉ	EMPLOYÉS	ANNÉES D'EXISTENCE
<b>Carrément Tarte</b>	<b>Katell Burot</b>	Montréal	Commerce de gros	21 à 50	8
<b>Cartons Corruguard</b>	<b>Marie-Hélène Hotte</b>	Lanaudière	Fabrication	1 à 20	15
<b>Clinique vétérinaire Sainte-Julie</b>	<b>Geneviève Roy, Marilyn Blanchette</b>	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	21 à 50	25
<b>Cofina</b>	<b>Sonya Thayer</b>	Estrie		21 à 50	4
<b>Copeaux Kyling Inc.</b>	<b>Anne-Lise Kyling</b>	Montréal	Agriculture, foresterie, pêche et chasse	1 à 20	48
<b>Défi-Évasion</b>	<b>Véronique Girard</b>	Capitale-Nationale	Arts, spectacles et loisirs	51 à 100	8
<b>DELAN</b>	<b>Stéphany Desmarais, Anne-Marie Deslauriers</b>	Montréal	Recrutement TI	21 à 50	25
<b>Dju design</b>	<b>Julie Bernèche</b>	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	1 à 20	17
<b>Dumais Sauvageau Garon - Cabinet en planification financière</b>	<b>Annabelle Dumais, Noémie Sauvageau</b>	Bas-Saint-Laurent	Finance et assurances	1 à 20	2
<b>École internationale d'accompagnement Cybèle</b>	<b>Nancy Richard</b>	Montréal	Services d'enseignement	1 à 20	7
<b>Edphy International</b>	<b>Marilyse Richard-Robert</b>	Laurentides	Arts, spectacles et loisirs	201 à 500	58
<b>Épicerie LOCO</b>	<b>Andréanne Laurin</b>	Montréal	Commerce de détail	21 à 50	7
<b>Épisode</b>	<b>Laetitia Shagetz</b>	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	1 à 20	
<b>Escalade Clip 'n climb</b>	<b>Isabelle Landry-Larue</b>	Montréal	Arts, spectacles et loisirs	51 à 100	11

## LES ÉTOILES MONTANTES | 1 M\$ À 5 M\$

ENTREPRISES	ENTREPRENEURES	SIÈGE SOCIAL	SECTEUR D'ACTIVITÉ	EMPLOYÉS	ANNÉES D'EXISTENCE
<b>Evnia firme-conseil</b>	<b>Marlène Hutchinson</b>	Laurentides	Services professionnels, scientifiques et techniques	1 à 20	18
<b>Exponentiel Conseil</b>	<b>Véronique Arsenault</b>	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	1 à 20	8
<b>Fabrication Clément</b>	<b>Véronique Boucher</b>	Chaudière-Appalaches	Fabrication	1 à 20	25
<b>Girl Crush</b>	<b>Lucie Rhéaume, Cindy Cournoyer</b>	Montréal	Commerce de détail	1 à 20	4
<b>Groupe ADEL</b>	<b>Manon Cambefort</b>	Bas-Saint-Laurent		21 à 50	42
<b>Hamak Marketing Numérique</b>	<b>Sophie Girouard</b>	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	21 à 50	9
<b>Iceberg Management</b>	<b>Julie Tardif, Médina Cayer</b>	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	1 à 20	8
<b>Imbritech Industries</b>	<b>Susy Imbriglio, Cathy Imbriglio</b>	Laval	Fabrication	1 à 20	14
<b>Inspirevax</b>	<b>Christine Jacques</b>	Laval	Services professionnels, scientifiques et techniques	1 à 20	8
<b>Isabelle Huot Docteure en nutrition</b>	<b>Isabelle Huot</b>	Montréal	Commerce de détail	1 à 20	10
<b>kotmo</b>	<b>Céline Juppeau, Cindy Couture</b>	Montréal	Fabrication	1 à 20	9
<b>La tête chercheuse</b>	<b>Annie Bissonnette, Elisabeth Starenkyj</b>	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	1 à 20	26
<b>Le-Cours</b>	<b>Lise Lecours</b>	Montréal	Services d'enseignement	1 à 20	16
<b>Le Groupe Brisson</b>	<b>Chloé Daneau</b>	Laval	Transport et entreposage	1 à 20	60

## LES ÉTOILES MONTANTES | 1 M\$ À 5 M\$

ENTREPRISES	ENTREPRENEURES	SIÈGE SOCIAL	SECTEUR D'ACTIVITÉ	EMPLOYÉS	ANNÉES D'EXISTENCE
<b>Le PARLOIR - caves privées</b>	<b>Sandrine Balthazard</b>	Montréal		1 à 20	6
<b>Le vin dans les voiles</b>	<b>Julie Audette, Valériane Paré</b>	Montréal		1 à 20	8
<b>Les aliments Kim Lam Foods</b>	<b>Thien-Kim Lam</b>	Laval	Agriculture, foresterie, pêche et chasse	1 à 20	11
<b>Les cadeaux Shop moi ça</b>	<b>Lissa Moore, Roxanne Moore, Frédérique Canuel</b>	Outaouais	Commerce de détail	1 à 20	5
<b>Les Filles Fattoush</b>	<b>Adelle Tarzibachi, Geneviève Comeau</b>	Montréal		1 à 20	5
<b>Les manufacturiers Volton</b>	<b>Julie Mayer</b>	Montréal	Fabrication	21 à 50	52
<b>Lulu événements</b>	<b>Mirella Di Blasio</b>	Montréal	Événementiel	1 à 20	20
<b>Madame Labriski</b>	<b>Mérianne Labrie</b>	Capitale-Nationale	Agroalimentaire, bien-être, motivation et saines habitudes de vie	1 à 20	7
<b>Maguire Shoes</b>	<b>Myriam Belzile-Maguire, Romy Belzile-Maguire</b>	Montréal	Commerce de détail	21 à 50	6
<b>Medyx</b>	<b>Catherine Mondor</b>	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	1 à 20	8
<b>Métier Plus</b>	<b>Roxane Dumais-Pelletier</b>	Montréal	Autres services (sauf les administrations publiques)	1 à 20	5
<b>MicroHabitat</b>	<b>Orlane Panet</b>	Montréal	Agriculture, foresterie, pêche et chasse	21 à 50	6
<b>Mme L'Ovary</b>	<b>Érica Lebrun-Gauvin, Olivia Elting</b>	Montréal	Commerce de détail	1 à 20	7
<b>Myni</b>	<b>Marie-Hélène David</b>	Capitale-Nationale	Fabrication	21 à 50	3

## LES ÉTOILES MONTANTES | 1 M\$ À 5 M\$

ENTREPRISES	ENTREPRENEURES	SIÈGE SOCIAL	SECTEUR D'ACTIVITÉ	EMPLOYÉS	ANNÉES D'EXISTENCE
<b>Naturmania</b>	<b>Stéphanie Bernadet</b>	Capitale-Nationale	Commerce de gros	1 à 20	30
<b>O'Gleman Média</b>	<b>Geneviève O'Gleman</b>	Laval	Communication et production média	1 à 20	5
<b>Oliméga Signé Caméline</b>	<b>Chantal Van Winden</b>	Montérégie	Agriculture, foresterie, pêche et chasse	1 à 20	9
<b>Omy Laboratoires</b>	<b>Andrea Gomez, Rachele Séguin</b>	Capitale-Nationale	Fabrication	21 à 50	5
<b>OPC événements</b>	<b>Maritchou Plamondon, Marilyne Dubois</b>	Montréal	Événementiel	1 à 20	20
<b>pardeux</b>	<b>Nathalie Lessard, Véronique Couturier</b>	Montérégie	Services professionnels, scientifiques et techniques	21 à 50	13
<b>Performa Marketing</b>	<b>Annie Verrier</b>	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	1 à 20	12
<b>Perlimpinpin</b>	<b>Danielle Déry, Line Nault, Chantale Roy, Catherine Webster</b>	Capitale-Nationale	Commerce de gros	1 à 20	37
<b>PMT</b>	<b>Isabelle Gratton</b>	Montréal	Industrie de l'information et industrie culturelle	21 à 50	42
<b>Point Cardinal</b>	<b>Isabelle Foisy</b>	Montérégie	Services professionnels, scientifiques et techniques	1 à 20	2
<b>ProScène Dauphinois</b>	<b>Annie Dauphinois, Marguerite Dauphinois</b>	Montréal	Fabrication	21 à 50	40
<b>Publipage</b>	<b>Hélène Héroux</b>	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	21 à 50	26
<b>Purodora Lab</b>	<b>Josée Samson</b>	Estrie	Commerce de détail	1 à 20	12
<b>Réseau Annie RH</b>	<b>Annie Boilard</b>	Montérégie	Services professionnels, scientifiques et techniques	1 à 20	20

## LES ÉTOILES MONTANTES | 1 M\$ À 5 M\$

ENTREPRISES	ENTREPRENEURES	SIÈGE SOCIAL	SECTEUR D'ACTIVITÉ	EMPLOYÉS	ANNÉES D'EXISTENCE
<b>Sans-Façon Cosmétiques</b>	<b>Andréanne Marquis</b>	Capitale-Nationale	Commerce de détail	1 à 20	2
<b>SGM</b>	<b>Sonia Gagnon, Anissa Errai, Marie-Lou Rancourt, Elisa Bit</b>	Montréal	Agence de communication et marketing	21 à 50	20
<b>Sobezone</b>	<b>Geneviève Éthier</b>	Montérégie	Commerce de gros	1 à 20	10
<b>Solutions Vetceterra (Euthabag)</b>	<b>Céline Leheureux</b>	Centre-du-Québec	Commerce de gros	1 à 20	7
<b>Soudure MetalCo</b>	<b>Maude Véronneau</b>	Laurentides	Fabrication	21 à 50	5
<b>Sport Audvik</b>	<b>Sophie Boyer</b>	Montréal	Fabrication	1 à 20	11
<b>Sporthèque de Hull</b>	<b>Élaine Dupras</b>	Outaouais	Arts, spectacles et loisirs	101 à 200	42
<b>SUITE22 Événements</b>	<b>Nadine Ménard</b>	Montréal	Événementiel	1 à 20	18
<b>Taïga Média</b>	<b>Martine Forand</b>	Capitale-Nationale	Arts, spectacles et loisirs	1 à 20	4
<b>TALINKO</b>	<b>Lucie Pellerin</b>	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques.	1 à 20	7
<b>Twenty Compass</b>	<b>Laurence Bédard</b>	Montréal	Commerce de détail	1 à 20	8
<b>Vachon Breton, S.A.</b>	<b>Catherine Poulin, Jacinthe Breton</b>	Chaudière-Appalaches	Services professionnels, scientifiques et techniques	1 à 20	44
<b>Valérie P. La Brèque International</b>	<b>Valérie Pelletier La Brèque</b>	Laval	Services d'enseignement	1 à 20	15
<b>Vertima</b>	<b>Josée Lupien</b>	Capitale-Nationale	Services professionnels, scientifiques et techniques	1 à 20	15
<b>Whitrod Leduc CPA</b>	<b>Julie S. Leduc</b>	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	1 à 20	21

## DANS LE SAC

# Une jeune entreprise qui inspire le changement

Depuis 2016, Dans le sac vend des sacs pour la vie de tous les jours et des produits durables pour la maison, entièrement faits au Québec «de la confection jusqu'à l'étiquette» par souci de soutenir l'économie locale. Laurie Barrette et Stéphanie Mandréa ont pour motivation d'exercer une influence positive sur la société avec un mode de vie plus sain.

ISABELLE MARÉCHAL

Il suffit parfois de la lecture d'un livre pour tracer son chemin. Laurie Barrette et Stéphanie Mandréa, les conceptrices de Dans le sac, ont toutes deux ressenti le même coup de cœur pour l'ouvrage *Zéro déchet*, publié en 2014 par l'autrice franco-américaine Béa Johnson, qui racontait comment elle avait réussi à limiter ses déchets à moins de 1 kilo par an. Il n'en fallait pas plus pour que Laurie et Stéphanie, poussées par cet élan écologiste, lancent leur projet d'affaires sans aucune expérience, mais avec le fort désir de faire une différence.

«Nous étions très inspirées à faire de notre mieux pour réduire notre impact écologique, raconte Laurie, 33 ans, après avoir cherché sur le marché un sac à pain réutilisable qui serait plus esthétique que la taie d'oreiller que nous utilisions pour ranger nos baguettes. C'est en constatant

le manque d'offre que nous avons décidé de sortir nos machines à coudre et de créer notre propre modèle de sac à pain. On a ensuite créé une petite production avec Petites-Mains. En quelques jours, tout était vendu. On a décidé de se lancer.»

Sept ans plus tard, on peut dire que l'affaire est «dans le sac» pour cette entreprise de commerce en ligne dont les ventes franchiront sous peu le million de dollars. Partenaires à parts égales, les deux amies gèrent leur boutique en ligne danslesac.co et la distribution avec une centaine de points de vente au Canada, aux États-Unis et en Europe. L'équipe est très active sur les réseaux sociaux, leur principal outil de communication et de marketing. Comme pour toute entreprise numérique, leur défi quotidien est de se démarquer pour renouveler la clientèle.

«C'est un défi de tous les jours, affirme Laurie. On doit faire des choix, accepter de lâcher certains items même s'ils nous tiennent à cœur, comme le fameux sac à pain qui nous a fait connaître. Plusieurs clients nous suivent depuis 2016. Il faut rester dans l'air du temps.»



## MAISON ALLUMETTE

## La flamme de l'entrepreneuriat

L'histoire de la Maison Allumette, c'est d'abord une histoire d'amitié. Celle de Julia de Vette et de Camille Darveau-Gignac, deux copines qui nourrissaient le même rêve d'ouvrir une boutique où elles offriraient de beaux objets choisis avec soin aux quatre coins du monde. Avec Maison Allumette, qui a vu le jour en pleine pandémie, le duo a su créer une ambiance à leur image. Isabelle Maréchal s'est entretenue avec les deux créatrices.

ISABELLE MARÉCHAL

À 29 ans, Julia de Vette compte déjà toute une feuille de route en commerce de détail et service à la clientèle. Elle a fait ses premières armes d'entrepreneure au Saint-Laurent café, à Boucherville. Son premier bébé, comme elle le nomme elle-même. Une expérience enrichissante, mais pas de tout repos, qui lui a permis de rencontrer sa future partenaire d'affaires, Camille Darveau-Gignac. « Camille, qui est décoratrice d'intérieur, habitait juste en arrière du café et elle y venait régulièrement. On est devenues amies. Je travaillais comme une folle au café à l'époque et je ne me voyais pas faire ça toute ma vie: gérer les inventaires, les pertes, trouver du personnel en restauration. Ça prend une vocation que je n'avais pas. Moi, ce que j'aimais le plus au café, c'était de refaire le décor et de trouver des trucs pour ma mini section boutique qui marchait bien », dit-elle en riant. « Julia et moi, on s'est rendu compte qu'on avait le même désir de se fabriquer un projet dans un environnement qui nous ressemble. C'est comme ça qu'on a lancé l'idée d'une boutique déco avec nos trouvailles *vintage*, des meubles antiques et des objets décoratifs faits à la main », rajoute Camille.

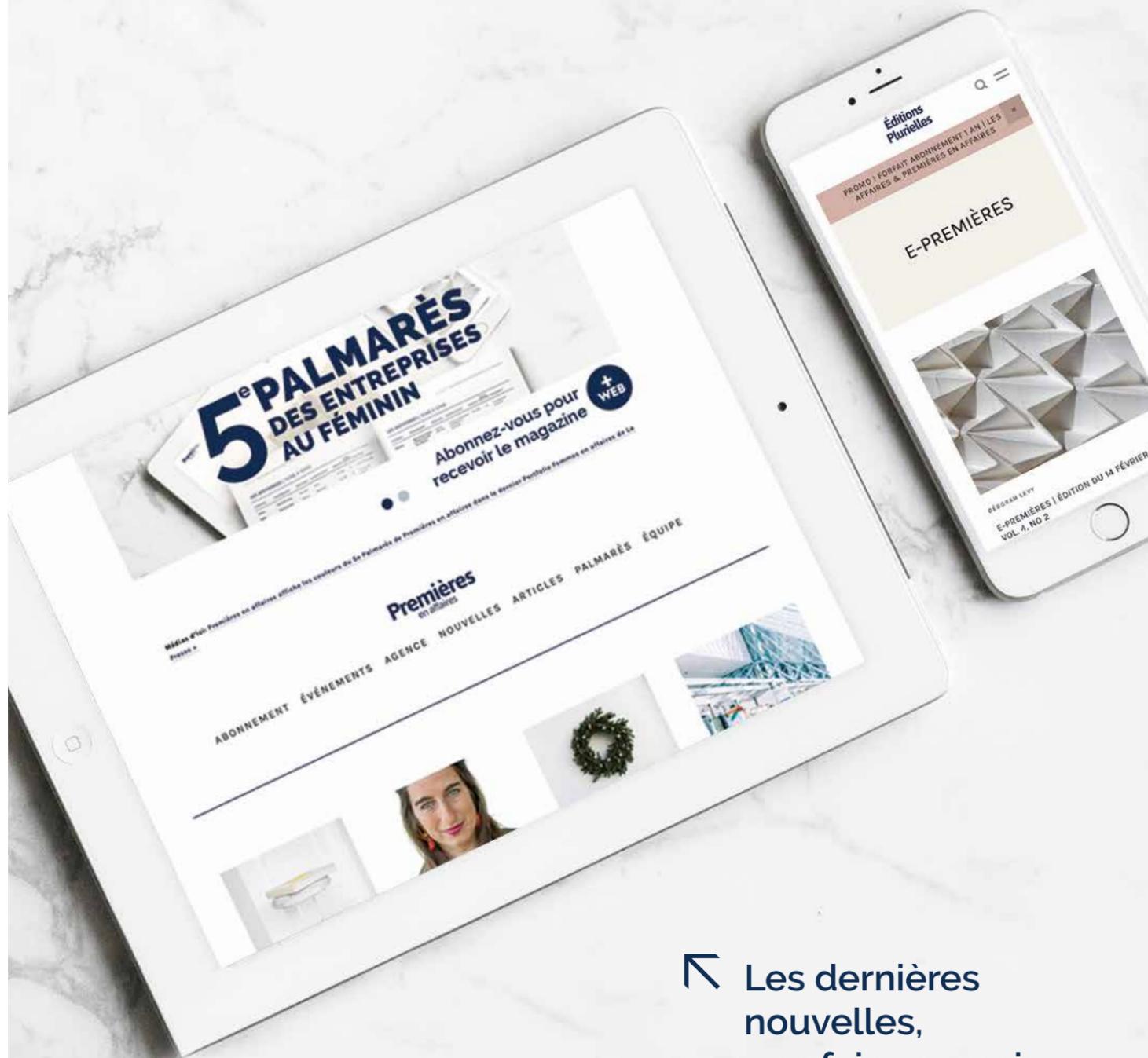
En face de la maison natale de Julia dans le Vieux-Boucherville, une magnifique demeure ancestrale attendait juste que le duo y mette sa touche. Entre les rénovations, les longues démarches administratives pour l'obtention de permis et la pandémie, elles ont dû faire preuve de patience, de résilience et de détermination. « Ouvrir une boutique en pleine pandémie, cela aurait pu être perçu comme de la folie, mais au contraire, ça a joué en notre faveur. Les gens ne pouvaient pas vraiment sortir de leur région, alors Maison Allumette est devenu un lieu de bonheur pour tout le monde. Et les gens avaient tellement envie d'embellir leur intérieur qu'on a répondu à leur besoin. Comme

nous avons commandé d'avance quantité d'objets et de meubles en rotin de notre fournisseur exclusif à Bali, notre chaîne d'approvisionnement n'a pas vraiment souffert. On dispose d'un conteneur dans la cour arrière de la boutique qui nous sert d'entrepôt. Comme on reçoit souvent des palettes entières, c'est notre "back store". Nos items sont classiques, plutôt intemporels, donc moins soumis aux modes », explique Julia.

En même temps que leur boutique physique, point central de leur entreprise qui se veut bien ancrée dans la communauté, Julia et Camille ont aussi lancé la plateforme numérique Maison Allumette. « Beaucoup de consommateurs se servent de notre site comme source d'inspiration et viennent ensuite en boutique. Ils aiment toucher les matières: l'expérience boutique, c'est très important. Notre défi, c'est d'augmenter notre visibilité et de nous assurer que notre clientèle revienne régulièrement. Ça aurait été plus facile d'être dans un centre commercial, mais on croit à notre valeur ajoutée. On offre une "vibe", raconte Camille. C'est sûr que l'inflation nous touche comme tout le monde. Ça nous force à nous adapter. On offre désormais des produits de bien-être, de soins corporels et des produits alimentaires non périssables de fournisseurs locaux pour encourager le rachat. »

L'année qui vient sera charnière pour Maison Allumette. Les deux amies suivront chacune leur voie. Julia de Vette reprendra à elle seule les rênes de l'entreprise et compte y incorporer plusieurs autres marques comme To the sea, son nouveau « brand » de vêtements pour enfants d'inspiration bord de mer. Le site Web comprend de magnifiques photos prises sur les plages des Îles-de-la-Madeleine. Julia témoigne des incroyables occasions qu'apporte le commerce en ligne si le site transactionnel est très interactif, agile avec la clientèle et que les politiques de retour sont flexibles. « Aujourd'hui, la vraie question avant de se lancer dans le commerce du détail, c'est: "Est-ce que j'ouvre des boutiques ou je me concentre plutôt sur un site Web?" Le commerce électronique permet de faire tellement de choses. La boutique devient alors une plateforme physique qui permet de faire voyager les objets, de mettre de l'avant des artisans qui ont la même vision que moi et de nous rejoindre dans un espace où on invite les gens, en leur souhaitant "Bienvenue dans notre imaginaire!" »

# E-Premières



↖ Les dernières  
nouvelles,  
une fois par mois

À SAVOIR  
Dans cette rubrique,  
nous vous présentons  
les actualités à ne pas  
manquer, les échos  
du milieu des affaires  
et tout ce que vous  
devez savoir pour  
maximiser votre saison.

# Émilise Lessard-Therrien renoue avec Québec solidaire



© Frédéric Patoine

Elle est souverainiste, elle vient de Témiscamingue et elle est agricultrice. Émilise Lessard-Therrien succède à Manon Massé comme co-porte-parole de Québec solidaire. Elle entend travailler avec Christine Labrie et Ruba Ghazal, qui avaient elles aussi fait campagne pour obtenir le poste.

MARC-ANDRÉ LECLERC

Au congrès de Québec solidaire le 26 novembre dernier, Émilise Lessard-Therrien a été élue avec seulement trois voix d'avance au deuxième tour. L'ancienne députée de Rouyn-Noranda-Témiscamingue est en politique parce qu'elle s'inquiète du cynisme que la population ressent envers les politiciens. « Je veux rapprocher le pouvoir du monde. Quand j'ai décidé de me lancer en 2018, nous étions dans un contexte où l'austérité était au rendez-vous. Les libéraux avaient centralisé des processus de consultation. On est dans une ère où le pouvoir économique, mais aussi le pouvoir politique, semblent concentrés. Les gens sentent qu'ils n'ont plus d'emprise sur leur vie. »

Même s'il y avait une élection partielle d'ici 2026, Émilise Lessard-Therrien confie ne pas faire le projet de se représenter ailleurs que dans la circonscription de Rouyn-Noranda-Témiscamingue, lors d'une prochaine élection provinciale.

« Christine Labrie et Ruba Ghazal sont deux joueuses importantes dans notre équipe. J'ai trouvé les filles super inspirantes. »

« Les Québécois doivent s'identifier au récit qu'on fait de nous et trouver leur place dans le projet de société qu'on veut mettre de l'avant. »

Émilise Lessard-Therrien ne siège pas à l'Assemblée nationale et elle passera donc beaucoup de temps sur le terrain tout en restant bien attentive aux travaux de l'Assemblée nationale. Elle va collaborer avec les 12 députés du caucus et celles qui étaient candidates pour le poste de co-porte-parole, Christine Labrie et Ruba Ghazal. « Christine et Ruba sont deux joueuses importantes dans notre équipe. J'ai trouvé les filles super inspirantes, qu'elles mettaient de super bonnes idées de l'avant. On a les mêmes valeurs à la base, on a les mêmes objectifs, ce sont juste les moyens pour y parvenir qui diffèrent un peu. À plusieurs occasions durant la campagne, j'aurais eu le goût de m'asseoir avec elles pour approfondir certaines de leurs approches, certaines de leurs idées. Ce n'était pas le moment pour le faire. Maintenant, on va pouvoir se parler. »

Québec solidaire fait en ce moment une tournée de visibilité dans les régions et la nouvelle co-porte-parole devrait jouer un rôle central dans ces séries de rencontres. Le dernier sondage Léger réalisé début décembre place Québec solidaire à 17 % dans les intentions de vote. « Il faut s'assurer que les gens se reconnaissent dans notre proposition », explique Émilise Lessard-Therrien, qui a également été conseillère municipale à Duhamel-Ouest, en Abitibi: « Les citoyens doivent s'identifier au récit qu'on fait de nous, et trouver leur place dans le projet de société qu'on veut mettre de l'avant. »

Parce qu'il faut prendre le temps de vivre, de consommer et de se faire plaisir. Voici des adresses et des sorties à prioriser dans la gestion de l'agenda.

**Voyager:** À Paris, entre le Marais et la place de la Bastille, la Maison Bréguet est une destination qui remplit ses promesses. À proximité, on magasine dans le Marais, on prend l'autobus pour se rendre dans les rues de Saint-Germain-des-Prés et on fait un tour au marché de la rue Monge pour se rassasier.

**Ailleurs:** Au Pays basque, les vues sont imprenables, même en hiver. On séjourne volontiers dans une maison d'hôtes pour réinventer ses horizons pendant la semaine de relâche. Pour restaurer les invités, le Briketenia cultive l'esprit de la cuisine familiale de père en fils.

**Toujours belles:** Daily Story, Womance, Joëlle, Eve Gravel, ces labels de la mode québécoise proposent des modèles de vêtements pour tous les budgets, en ligne et en boutique. Chez Melanie X Grace, avenue Monkland à Montréal, on trouve tout ce qu'il faut pour passer une soirée entre ami-e-s avec un look irréprochable. Chez Archives, dans Villeray, on fait le plein de cotons ouatés et de vêtements d'extérieur pour les fins de semaine au chalet.

**Musique:** L'artiste BEYRIES a « un talent fou pour interpeller les gens avec ses histoires touchantes et ses mélodies paisibles », c'est son agent qui le dit. BEYRIES chante au Grand Théâtre de Québec le 21 février, à 20 h. Un spectacle pour retrouver la douceur de l'hiver.

**Capitale:** À Québec, pendant la semaine de relâche, on séjourne au Capitole pour profiter de la piscine et du jacuzzi avec les enfants et admirer la vue. Un hôtel qui vaut le détour.

**Camping:** Chez Farouche, on vit une expérience nouvelle, entre amis ou en famille. Des chalets, une buvette: tout ce qu'il faut pour se confronter aux éléments et décompresser après les Fêtes.

**Sur la route:** En Beauce, à Sainte-Marie et à Saint-Georges, on fait l'épicerie chez les Pères Nature. Micro-brasserie, café, produits d'ici et d'ailleurs: la nouvelle propriétaire des lieux aménage des étalages qui ouvrent l'appétit.

**Original:** Le béton architectural est une tendance qui s'installe en design d'intérieur. Des comptoirs colorés, des salles de bains modernes, voilà ce que propose l'entreprise Béton architectural Johnstone, depuis son atelier de Granby.

**Couleurs:** Des beaux ongles, toute l'année, c'est une bonne idée. À l'atelier Peaufiner, on utilise des produits non toxiques. Un traitement anti-grisaille qui met de la chaleur dans la journée.

**Bisextile:** Burna Boy donne un concert au Centre Bell à Montréal les 28 et 29 février 2024. On adore les sons afrobeat, dancehall et reggae, ça donne envie de danser.

# La pénurie de talents affecte aussi les conseils d'administration

Il y a 255 000 entreprises et 40 000 OBNL au Québec. En principe, chacune d'entre elles doit inscrire des administrateurs au Registraire des entreprises. De plus en plus d'entreprises et d'organismes formalisent cette gouvernance en se dotant de conseils d'administration et de comités-conseils ad hoc. Depuis 2005, le Collège des administrateurs de sociétés a formé près de 1 400 administrateurs diplômés.

FRANCIS GOSSELIN

## UNE FORTE DEMANDE, UN MÉTIER QUI SE PROFESSIONNALISE

Parallèlement à l'augmentation de la popularité des administrateurs professionnels certifiés, la demande pour leurs compétences s'est accrue. Au sein des organismes à but non lucratif, les conseils d'administration issus d'une panoplie de secteurs, dont l'économie sociale, la santé, le sport ou la culture, cherchent activement à pourvoir leurs rangs et beaucoup d'organismes n'y arrivent tout simplement pas.

Par-delà la popularité générale, le nombre d'administrateurs par conseil est également un sujet d'analyse. Bien qu'il n'existe pas de consensus autour du « bon chiffre », les conseils d'administration québécois mobilisent en moyenne une dizaine d'administrateurs sur une base régulière. « Les coopératives, les sociétés d'État et les entreprises vivent ces problèmes différemment », explique Chantale Coulombe, présidente et cheffe de la direction du Collège des administrateurs de sociétés. « Leur gouvernance est mieux structurée, leurs équipes sont mieux structurées, et il y a évidemment les dimensions comme



Les organisations qui ont de la difficulté à dénicher des administrateurs ou des conseillers peuvent compter sur un nouvel écosystème de firmes spécialisées en gouvernance.

## La difficulté à attirer, à retenir et à mobiliser des administrateurs persiste en raison d'attentes souvent irréalistes à leur égard.

le prestige et la rémunération qui aident énormément. » La difficulté à attirer, à retenir et à mobiliser des administrateurs persiste en raison d'attentes souvent irréalistes à leur égard. Dans plusieurs cas, en effet, les attentes horaires sont élevées et le conseil d'administration compense souvent des tâches qui devraient en principe être réalisées à l'intérieur de l'entreprise.

### RÉMUNÉRER LES ADMINISTRATEURS

La Loi sur la gouvernance des sociétés d'État rend la rémunération des administrateurs obligatoire. De plus en plus d'administrateurs professionnels tirent leur gagne-pain de divers rôles dans des conseils d'administration et il est normal qu'ils acceptent en priorité des rôles rémunérés. « Que les gens puissent gagner leur vie et contribuer à un niveau

social plus important, nous en parlons au Collège de plus en plus », explique Chantale Coulombe. Dans l'univers des PME, la rémunération est monnaie courante et elle est parfois généreuse. « Lorsque le Fonds de solidarité FTQ, Desjardins Capital, Fondation ou la CDPQ investissent dans une organisation, par exemple, ils exigent des sièges au conseil. Pour ce type de postes, beaucoup de gens sont intéressés », ajoute Chantale Coulombe.

Les organisations qui ont de la difficulté à dénicher des administrateurs ou des conseillers peuvent compter sur un nouvel écosystème de firmes spécialisées en gouvernance. Plusieurs d'entre elles sont dirigées par des femmes, comme Arsenal, entreprise de Sophie-Emmanuelle Chebin, le Cercle GDP, organisation dirigée par Marie-Ange Bourdon ou Point Cardinal, structure mise sur pied par Isabelle Foisy. Ces professionnelles entretiennent des viviers de talents qu'elles proposent à des comités ou à des conseils d'administration. Le Collège des administrateurs de sociétés a aussi mis sur pied une Banque des administrateurs de sociétés certifiés, répertoire qui permet aux organisations de s'entourer d'administrateurs diplômés.

**AVISON YOUNG**

**Choisir un immeuble conforme aux principes et objectifs ESG d'une entreprise, ce n'est plus une simple option. C'est une nécessité.**

*Négocier à travers les normes de construction verte, les certifications et les clauses de bail reliées, cela peut être intimidant. Mais pour commencer, il convient très bien de regarder au-delà des avantages financiers et environnementaux et de se concentrer sur les effets qu'ont ces immeubles sur la vie des gens.*

Brandy Burdeniuk  
Directrice, ESG, Amérique du Nord,  
Avison Young

Pour comprendre comment nous pouvons vous aider à atteindre vos objectifs économiques, sociaux et environnementaux, consultez notre rapport d'impact 2022.

© Aubri Brandt  
Services immobiliers commerciaux Avison Young,  
Agence immobilière commerciale

**JOSÉE MÉTHOT ET LES NOUVELLES PRIORITÉS DE L'ASSOCIATION MINIÈRE DU QUÉBEC**

L'organisme a été fondé à une époque où les compagnies minières avaient décidé de se regrouper pour améliorer la santé et la sécurité dans les mines. Aujourd'hui, la situation n'est plus la même, mais les membres de l'AMQ sont toujours préoccupés par la santé de leurs employés.

MARC-ANDRÉ LECLERC

De nouveaux joueurs entrent sur le marché des composantes de téléphones cellulaires. « Le Québec est très bien positionné quand on se compare à d'autres juridictions dans le monde, car nous sommes en mesure de produire des minéraux, ici, avec une faible empreinte carbone. Nous avons les ressources naturelles pour répondre à la demande. » Josée Méthot a pris la direction de l'Association minière du Québec en 2012. « Plus on transforme les matériaux à proximité du site, plus c'est bénéfique du point de vue environnemental. À cet égard, l'Association travaille avec des parties prenantes pour maintenir et développer les avantages concurrentiels dans ce secteur industriel. L'Association minière du Québec

a comme mandat de promouvoir, soutenir, développer de façon proactive l'industrie minière québécoise de manière responsable, engagée et innovante. « Nous sommes vraiment dans l'air du temps en matière de développement durable et en matière d'engagement social », explique la présidente de l'organisme : « Aujourd'hui, la santé et la sécurité des travailleurs sont au cœur des préoccupations de l'industrie. » Comme partout au Québec, Josée Méthot constate que les organisations membres de l'association se préoccupent aussi du manque de main-d'œuvre. Elle souligne l'importance du cadre réglementaire pour faire face au nouveau contexte. « Les minéraux critiques attirent des explorateurs et des investisseurs. C'est une bonne nouvelle, mais ça change la donne. »

« Les minéraux critiques attirent des explorateurs et des investisseurs. C'est une bonne nouvelle, mais ça change la donne. »

– Josée Méthot

**Normes de gouvernance : un levier pour la compétitivité**

Prendre en compte les facteurs environnementaux, sociaux et de gouvernance n'est plus une option pour les entreprises qui souhaitent rester dans la course. Celles qui tardent à s'adapter risquent de perdre leur avantage sur le marché au profit de celles qui respectent déjà ces nouvelles exigences.

Geneviève Labrie-Beaudoin, directrice, ESG et développement durable à Investissement Québec, explique comment ces exigences peuvent devenir des leviers pour votre entreprise.

**La nouvelle réalité ESG**

Bien que cela puisse représenter une nouvelle charge de travail, l'intégration des facteurs ESG peut constituer un véritable levier de croissance et un gage de pérennité pour les entreprises. « Ces facteurs sont non seulement des indicateurs clés pour les investisseurs et une voie d'accès vers de nouveaux marchés, mais également des outils de recrutement et de rétention indispensables, explique madame Labrie-Beaudoin. Une étude récente de PWC révèle en effet que 86 % des

employés préfèrent travailler pour une entreprise qui se préoccupe des facteurs ESG. » Selon un rapport de BDC de 2023, 82 % des grands donneurs d'ordre des secteurs public et privé exigent que leurs fournisseurs répondent à au moins un critère ESG. Toute la chaîne d'approvisionnement sera ainsi appelée à devenir plus responsable.

**Une vue à 360 degrés de l'entreprise**

Les facteurs ESG permettent de connaître le mode de gouvernance d'une entreprise et les effets de ses activités sur l'environnement et la société, notamment ses émissions de gaz à effet de serre, ses méthodes de gestion des matières résiduelles, ses pratiques en matière d'équité, diversité et inclusion (EDI) et d'acceptabilité sociale, la composition de son comité de direction, ses politiques de rémunération, sa façon de lutter contre la corruption et son éthique financière. « Un peu partout dans le monde, on adopte des lois, des règlements et des normes pour encourager, voire obliger les entreprises à prendre ces facteurs en compte, poursuit Geneviève Labrie-Beaudoin.



**Les chaînes d'approvisionnement se modernisent. Les entreprises qui tardent à s'adapter risquent de perdre leur avantage sur le marché au profit de celles qui respectent déjà ces nouvelles exigences.**

– Geneviève Labrie-Beaudoin, directrice, ESG et développement durable à Investissement Québec

En juin 2023, l'International Sustainability Standards Board (ISSB) a publié des normes IFRS (International Financial Reporting Standards) qui pourraient devenir la référence mondiale en matière d'information sur la durabilité. Si l'adoption de ces normes est pour l'instant volontaire, plusieurs pays songent à les imposer. » Avec tous les regards tournés vers les facteurs ESG, le temps est venu pour les entreprises de repenser leurs façons de faire.

# TALINKO<sup>MD</sup>

Recrutement de Cadres | Executive Search

**TALINKO - Recrutement de Cadres souhaite féliciter *Premières en affaires* pour son 5<sup>e</sup> Palmarès du magazine Premières en affaires.**

**Merci de mettre de l'avant les femmes entrepreneures et de promouvoir l'excellence québécoise.**

**Travaillons ensemble pour perpétuer les succès et ainsi atteindre les plus hauts niveaux de performance et d'innovation !**

---

Pour en savoir plus sur le recrutement exécutif et l'approche de TALINKO envers la promotion des femmes au sein de poste de direction contactez-nous au : [www.talinko.ca](http://www.talinko.ca)



# Écologie : des signaux positifs

**Bonne nouvelle pour les entreprises qui cherchent à ajouter à leur crédibilité en matière écologique: selon une étude réalisée récemment par une chercheuse de l'Université Concordia, les marchés financiers réagissent favorablement à l'acquisition d'entreprises spécialisées en technologies vertes ou dans l'offre de marques écoresponsables.**

Yuyan Wei, professeure adjointe au Département de marketing de l'École de gestion John-Molson, et son collègue Devashish Pujari de l'Université McMaster ont examiné près de 200 acquisitions d'entreprises vertes par des sociétés américaines cotées en bourse entre 2000 et 2018. Les chercheurs ont examiné le rendement de 182 entreprises ayant annoncé l'acquisition de sociétés vertes. La réaction des investisseurs et du public est plus favorable à l'égard des entreprises ayant une plus faible capacité d'innovation.

**La réaction des investisseurs et du public est plus favorable à l'égard des entreprises ayant une plus faible capacité d'innovation.**



**« Les entreprises devraient y réfléchir à deux fois si elles croient pouvoir convaincre le public de leur crédibilité en matière écologique simplement en faisant l'acquisition d'entreprises vertes.**

– Yuyan Wei, professeure adjointe au Département de marketing de l'École de gestion John-Molson

Cette réaction s'explique peut-être par le fait que les actionnaires s'attendent à ce que les entreprises qui innovent consacrent leur budget d'innovation et de RD ainsi que leur capital humain au développement de produits verts. »

**Les chercheurs de l'École de gestion John-Molson ont analysé le rendement de 182 entreprises.**

Selon les acheteurs qui ont une expertise en marketing, les bénéfices seront amoindris si ces entreprises appartiennent à des industries sensibles à la réglementation environnementale, c'est-à-dire si elles exercent leurs activités dans des industries comme les industries pétrolières. Yuyan Wei croit que cela est en partie dû à une sensibilisation croissante aux pratiques d'écoblanchiment des entreprises et des risques qu'elles entraînent.

« Selon nos observations, les actionnaires ont désormais tendance à croire que si les entreprises exerçant leurs activités dans des industries polluantes ont vraiment le bien-être des gens à cœur et souhaitent réellement atténuer leurs effets nuisibles sur l'environnement, elles devraient peut-être prendre des mesures allant plus loin que l'achat de marques ou de technologies vertes, souligne-t-elle. Et elles devraient y réfléchir à deux fois si elles croient pouvoir convaincre le public de leur crédibilité en matière écologique simplement en faisant l'acquisition d'entreprises vertes. »

## Les défis de la cybersécurité au Canada : tendances, risques et opportunités



Nadya Carignan est associée déléguée, cybersécurité, chez EY Canada.

**Avec des chaînes d'approvisionnement perturbées, des sites de commerce électronique fermés et une infrastructure affaiblie en raison des pirates informatiques exploitant les vulnérabilités, le Canada fait face à des défis croissants en cybersécurité.**

NADYA CARIGNAN

Selon l'étude mondiale sur le leadership en cybersécurité 2023 d'EY, le Canada présente un taux élevé d'incidents, tendance appelée à s'aggraver. Malgré les technologies émergentes prometteuses, près de la moitié des répondants canadiens éprouvent des difficultés à équilibrer sécurité et innovation. Face à cette menace croissante, de nombreux chefs d'entreprise au Canada pourraient sous-estimer les risques des cybermenaces, créant ainsi à la fois un problème et une opportunité puisque les organisations prévoyantes auront les meilleures chances d'atténuer les répercussions coûteuses lors d'attaques.

Le Canada connaît une recrudescence de cyberattaques coûteuses et médiatisées, reflétant les tendances observées aux

États-Unis. Touchant les transports publics, les grands détaillants et les principales entreprises du secteur de l'énergie et des ressources naturelles, ces attaques provoquent des perturbations et des effets néfastes pour les entreprises et leurs clients. Malgré l'escalade des coûts des cyberattaques, seulement 8% des chefs de la sécurité de l'information (CISO) et des cadres supérieurs canadiens estiment que l'approche

**Selon l'étude mondiale sur le leadership en cybersécurité 2023 d'EY, le Canada présente un taux élevé d'incidents, tendance appelée à s'aggraver. Malgré les technologies émergentes prometteuses, près de la moitié des répondants canadiens éprouvent des difficultés à équilibrer sécurité et innovation.**

de la cybersécurité influence la perception de leur marque.

La nature unique de l'économie canadienne, axée sur les ressources naturelles, la fabrication et l'énergie, crée un paysage de cybermenaces distinct. Bien que le Canada ait été moins exposé aux cybermenaces que les États-Unis, l'évolution numérique, l'adoption de technologies telles que l'internet des objets (IoT) et le nuage numérique (Cloud), ainsi que l'émergence de l'intelligence artificielle générative (Gen AI), ouvrent de nouvelles voies aux cyberrisques. Alors que le Canada opère sa transformation numérique, les répercussions potentielles des cyberattaques sur les entreprises, la perception de la marque, la confiance et la loyauté des consommateurs deviennent plus prononcées. Malgré une certaine complaisance passée, les citoyens et les entreprises canadiens sont désormais témoins des conséquences tangibles des cyberattaques. Dans cet environnement changeant, il devient primordial pour les organisations canadiennes d'intégrer la résilience dans leurs défenses en cybersécurité.



## CYBERSÉCURITÉ ET NUMÉRIQUE

# Une expertise recherchée

**La cybersécurité est probablement le sujet le plus préoccupant et le plus largement sous-estimé par les entreprises et les organisations québécoises aujourd'hui. Un sondage réalisé en 2022 par la firme MNP le révélait : seuls 20% des dirigeants perçoivent les risques de sécurité informatique comme étant élevés alors que cette question touche tout le monde et peut avoir des conséquences graves sur la continuité des affaires, la rentabilité et la survie des entreprises.**

FRANCIS GOSSELIN

Bien que la majorité des formations en gouvernance et en direction d'entreprise couvrent cet aspect, trop peu d'organisations peuvent miser sur des administrateurs et des dirigeants formés à ces écoles. De leur côté, les gouvernements sont lents à réglementer les pratiques de prévention, de divulgation et de remédiation en matière de cybercriminalité.

Isabelle Foisy dirige le cabinet-conseil Point Cardinal, spécialisé en gouvernance d'entreprises et d'OBNL. « Plus largement que la cybersécurité, j'aurais envie qu'on considère l'ensemble des risques numériques qui peuvent toucher l'entreprise, explique-t-elle. Les risques sont technologiques au sens propre – arrêt de production ou perte de données – mais aussi réputationnels, financiers et extra-financiers. » Qu'advierait-il à votre entreprise si demain, toutes les données de ses clients étaient dérobées et vendues au plus offrant? Si votre site Web transactionnel cessait de fonctionner pendant une semaine. Ou encore, si

tous vos contacts clients, fournisseurs, abonnés et bailleurs de fonds, disparaissaient irrémédiablement? À défaut de pouvoir miser sur un nombre suffisant d'administrateurs et de dirigeants experts en la matière, Isabelle Foisy recommande de reléguer cette tâche au comité d'audit et de gestion des risques, qui devra obtenir conseil, qualifier ces risques, et recommander à l'organisation une marche à suivre.

Claudie Latraverse, directrice Partenariats avec les groupes et associations au sein du cabinet d'assurances Lussier Dale Parizeau, rappelle quelques trucs pratiques qui peuvent s'avérer pertinents pour toutes les organisations privées ou publiques: « La formation demeure le meilleur moyen de vous protéger contre les cyberattaques. » En effet, la plupart des experts en matière de cybersécurité pointent du doigt le « facteur humain » en matière de protection des systèmes et des données.

Du point de vue technique, il est utile d'instaurer certaines pratiques qui peuvent atténuer les conséquences si le pire devait vous arriver. Faire des copies de sauvegarde sur un disque segmenté – une pratique qui s'est en partie perdue à l'ère de l'infonuagique – demeure utile en cas de vol ou d'effacement de vos données. Par ailleurs, le simple fait de garder vos logiciels à jour peut également ralentir le travail des pirates. Enfin, plusieurs courtiers en assurances offrent aujourd'hui une assurance afin de protéger l'entreprise contre les risques liés aux cyberrisques. Le défi de la cybersécurité est de taille, et avec l'avènement de la Loi 25 visant à protéger la vie privée des Québécois, toutes les entreprises sont désormais obligées de moderniser leurs pratiques un minimum. Bonne nouvelle: des ressources et des experts sont disponibles pour assurer cette importante transition.

RFAQ

RÉSEAU  
DES FEMMES  
D'AFFAIRES  
du Québec



Le Réseau des Femmes d'affaires du Québec est une communauté de plus de 2 000 femmes d'affaires ambitieuses et audacieuses animées par une volonté commune de créer un impact socio-économique significatif.

Le RFAQ contribue à la croissance de ses membres en favorisant leur accès à de nouveaux marchés et en favorisant les opportunités de maillage.

## LE RFAQ EN QUELQUES CHIFFRES



**+50K abonné.e.s**  
sur nos différentes  
plateformes



**+58 %**  
de nouveaux membres  
en 2023



**15 régions**  
à travers le Québec



**1 500 participant.e.s**  
à nos événements signatures  
en 2023



**+50 partenaires**  
privés et gouvernementaux



**30 employé.e.s**  
pour vous accompagner

# Inspirer. Connecter. Propulser. Depuis 40 ans

La force du Réseau des Femmes d'Affaires est concrète. J'étais membre du RFAQ en 2013 et je viens de souscrire un nouvel abonnement. Les rencontres de ces dernières années ont représenté un réel soutien et ont contribué à mon développement des affaires. J'ai pu réaliser mes projets professionnels en tant que courtière immobilière, mais aussi comme autrice de textes.



Caroline Lavoie | Membre  
RFAQ + | Membrees

[www.rfaq.ca](http://www.rfaq.ca)

**Mission WBENC 2024**  
À Denver · 17 au 22 mars

Organisée par  
**WBENC** WECconnect

Merci au soutien financier de  
Développement  
économique Canada  
pour les régions du Québec

Tarif lève-tôt  
en cours!

Partenaires piliers du RFAQ



Devenez membre et faites-vous accompagner par notre équipe de conseillères.

## UNIVERSITÉS

Des modèles pour  
l'enseignement

**Allocations budgétaires, transition numérique et coûts d'enseignement: les universités se transforment. Comment concevoir leur rôle dans le développement de nos sociétés quand les problèmes liés à l'accessibilité des cursus supérieurs perdurent? Aurore Le Bourdon a lu le livre du professeur Louis Maheu, *L'Université à l'épreuve du temps*.**

AUORE LE BOURDON

Pour Louis Maheu, le Québec présente une situation particulière par rapport aux provinces voisines, avec un écart entre les taux de fréquentation et de diplomation. Depuis les années 1990, on observe en effet une importante expansion des inscriptions, notamment pour les femmes puisqu'elles sont désormais majoritaires au baccalauréat, à la maîtrise et bientôt au doctorat, mais un faible taux de diplomation. Le professeur Maheu estime que cet écart est lié au manque de valorisation de l'éducation universitaire au Québec: « Je vois bien comment les parents d'étudiants anglophones et issus de l'immigration les poussent à étudier. Les étudiants francophones ne semblent pas avoir ce genre de valorisation de l'éducation. »

#### UN BIEN COLLECTIF, MOTEUR D'ÉVOLUTIONS DÉCISIVES

Il ne faut pas l'oublier: l'université joue un rôle essentiel dans la société, notamment pour faire face aux défis climatiques et sanitaires actuels. Louis Maheu insiste sur l'influence remarquable des universités dans le contexte

**La question du financement  
des universités fait débat.**

de la pandémie, du développement de vaccins issus de la recherche fondamentale à la gestion de la détresse psychologique, en passant par les sciences informatiques et les évolutions technologiques. Une preuve, s'il en fallait, que l'université contemporaine, sa formation de main-d'œuvre qualifiée et la démocratisation de sa recherche sont essentielles au bon fonctionnement de la société.

**Lieux d'échanges et de  
culture, ces institutions sont  
essentielle pour favoriser le  
débat et la cohésion sociale.**

« Je crois que les recteurs, les leaders de la société et nos gouvernements pourraient convenir d'un nouveau pacte social qui favoriserait une meilleure gouvernance partagée, voie par laquelle, aujourd'hui comme demain, l'université pourra encore faire preuve de résilience dans l'accomplissement de ses missions fondamentales en enseignement et en recherche », affirme Louis Maheu. Le professeur croit en notre capacité collective de préparer la population adéquatement pour faire face aux défis du futur – si tant est que l'on alloue enfin les ressources nécessaires (vitales, même) à l'université pour lui permettre d'être plus efficace dans sa mission.

Ainsi que le conclut le recteur de l'Université de Montréal, Daniel Jutras, dans sa préface du livre: « Nous avons encore beaucoup à imaginer, à exprimer et à réaliser dans la construction de l'université québécoise du futur, mais cette réflexion stratégique sur sa mission pourra désormais s'appuyer sur le portrait rigoureux tracé par Louis Maheu sur ce que nous sommes, ce que nous avons été et ce que nous avons le pouvoir de devenir. »

## Philanthropie: un mode de vie

Les taux d'intérêt qui augmentent, l'inflation qui galope, le renouvellement hypothécaire qui donne des sueurs, et j'en passe... Dans le contexte actuel, ne nous étonnons pas que la philanthropie soit reléguée au dernier rang de nos priorités financières. Mais est-ce vraiment une question de moyens ?

Revenons à la base. Le mot philanthropie vient du mot grec ancien « philanthrôpia » qui veut dire « amour de l'humanité ». La philanthropie prend toutes sortes de formes. Des formes variées certes, mais toutes portées par la compassion et la générosité. Évidemment, les organisations caritatives ont besoin de fonds pour accomplir pleinement leur mission. Les dons en argent des particuliers, des entreprises et des gouvernements ont un pouvoir sur elles. Ces individus ou ces organismes accomplissent un travail essentiel en répondant à des besoins de plus en plus criants. Ils contribuent chaque jour au filet social de milliers de personnes. Quand une personne

**Identifions une cause qui nous fait vibrer, mettons à profit nos forces pour la soutenir et lançons-nous.**

voit le cours de sa vie changer grâce à l'aide reçue, c'est toute notre société qui en bénéficie.

Nous avons collectivement besoin de la philanthropie financière, c'est indéniable. Mais regardons de plus près ce que nous pouvons faire, à notre échelle. Même si nos moyens financiers sont plus limités, je demeure convaincue qu'un don, aussi petit soit-il, peut encore faire une différence. De surcroît, en associant la philanthropie à l'entraide communautaire, nous obtenons une combinaison puissante qui décuple la portée de nos gestes.

S'engager dans sa communauté est beaucoup plus simple que nous le croyons. Vous le faites déjà probablement sans vous en rendre compte. Vous utilisez vos médias sociaux pour mettre en lumière une cause importante pour vous ? Vous êtes entrepreneure et acceptez des mandats *pro bono* ? Vous êtes le parent qui conduit les jeunes hockeyeurs du quartier à la patinoire ? C'est déjà un excellent début.

Qu'importe le geste posé, vous le faites parce que vous croyez à une cause, parce que vous êtes sensible à l'autre, parce que vous êtes généreux. Ne sous-estimez jamais les répercussions que vos gestes de compassion et de générosité peuvent avoir dans la vie de votre entourage.



**Aider fait du bien. La philanthropie n'est pas limitée à des dons en argent. Une publication sur les médias sociaux, un mandat *pro bono* ou un geste dans la communauté sont autant de façons de s'engager.**

– Véronique Arsenault dirige l'agence Exponentiel.

Et, soyons francs, aider fait du bien. Que ce soit en donnant un sens à notre vie, en l'enrichissant grâce à des expériences gratifiantes et des liens significatifs ou simplement en nous donnant l'impression de faire partie de quelque chose de plus grand que nous, invariablement, on grandit en tant qu'humain. La philanthropie qui devient aussi un mode de vie ? Je dis oui sans aucune hésitation ! Identifions une cause qui nous fait vibrer, mettons à profit nos forces pour la soutenir et lançons-nous.

**exponentiel**



# Bravo à toutes celles qui sortent du lot.

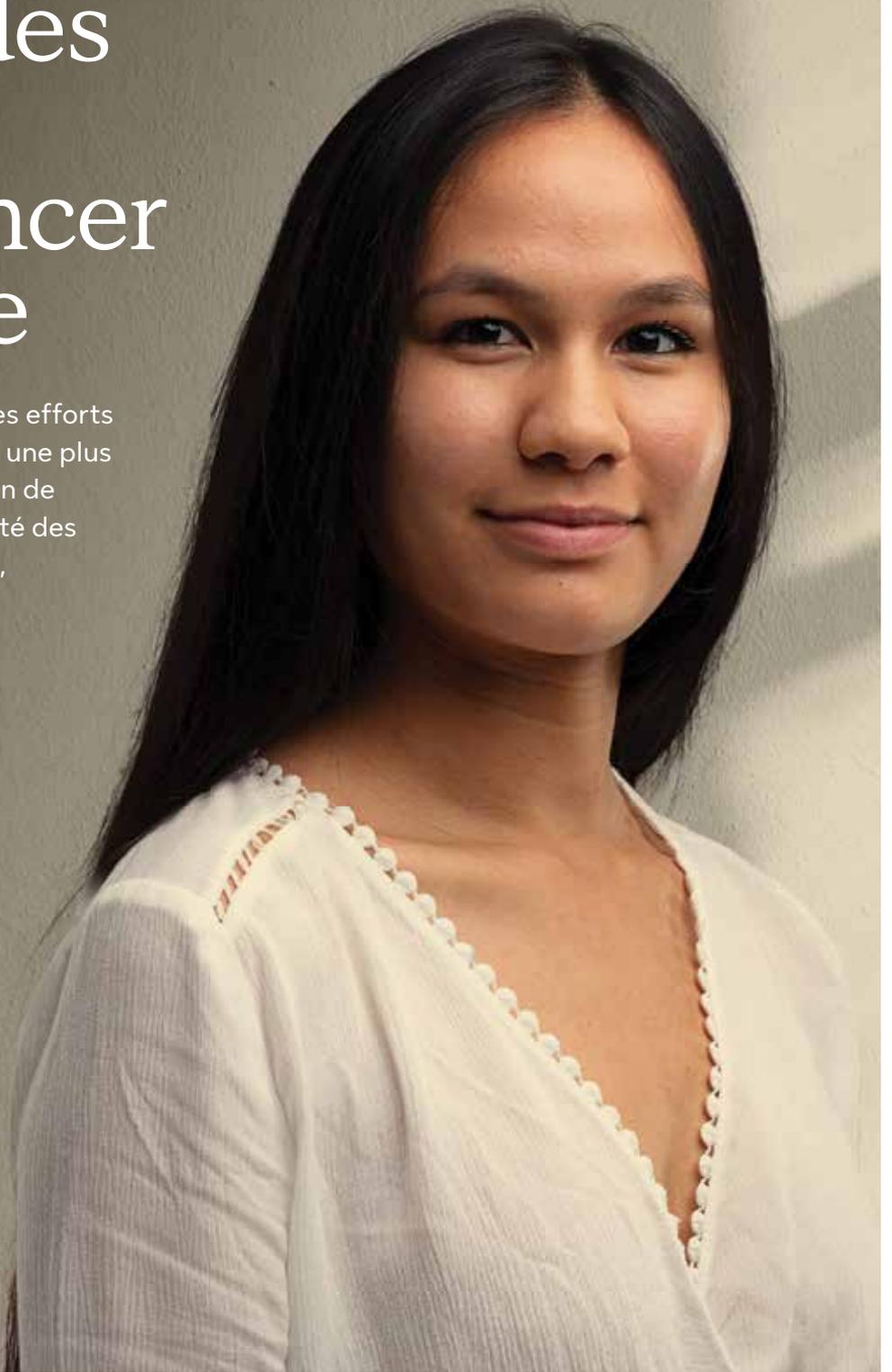
Alliés de confiance et complices de vos progrès en communication et relations publiques, on vous aide à sortir du lot.

[www.exponentiel.ca](http://www.exponentiel.ca)

**exponentiel**

# Promouvoir la place des femmes, c'est avancer ensemble

À la Sun Life, nous redoublons les efforts pour changer les choses et faire une plus grande place aux femmes au sein de l'entreprise. Parce que la diversité des équipes génère plus de richesse, pour tout le monde.



La vie est plus radieuse sous le soleil

© Sun Life du Canada, compagnie d'assurance-vie, 2023.