

le Mentor

CONJOINTS
ET DUOS
EN AFFAIRES

Une grande famille

Le couple Sylvie Cantin et Pierre Laparé souligne avec humour avoir une grande famille de cinq enfants : leurs deux filles et leurs deux fils, bien sûr, mais aussi l'entreprise familiale mise sur pied en 1998. »»

» Ce cinquième rejeton est sûrement le plus accaparant, reconnaissent-ils. Il s'agit de la compagnie Créations Art et Bois, située à Mirabel, une entreprise spécialisée dans la conception et la fabrication de mobilier de salles de bains.

Artisans comptant une vingtaine d'années d'expérience, ces deux entrepreneurs ont créé leur propre gamme de produits qu'ils vendent maintenant partout au Canada grâce à un réseau de plus d'une centaine de distributeurs. Les meubles qu'ils fabriquent sont en mélamine, en stratifié, en thermo-plastique et en bois massif. Il y en a pour tous les goûts.

Depuis longtemps, Sylvie Cantin rêvait d'avoir un mentor. «J'estimais utile et important d'obtenir un autre son de cloche et une autre façon de voir les choses», confie-t-elle. C'est depuis peu une réalité.

En effet, M^{me} Cantin vient d'amorcer une relation de mentorat d'affaires (une *dyade*, dans le jargon) avec Jean-François Simard. Elle est fort satisfaite des quatre rencontres qu'ils ont eues jusqu'à présent et se dit encouragée d'être ainsi appuyée par un mentor.

«Le simple fait d'avoir quelqu'un devant moi qui a déjà rencontré les mêmes défis auxquels je fais actuellement face me permet de clarifier bien des aspects. Cela fait tellement du bien de pouvoir parler de tout ce qui me préoccupe comme entrepreneure.»

Des rencontres mensuelles sont prévues et Sylvie Cantin se sent appuyée comme jamais. «Je suis ouverte à ce que le mentor me donne sa vision des choses. Il reviendra à moi d'analyser tout cela en fonction de l'expérience que j'ai acquise en affaires.»

Dans les faits, Sylvie Cantin est l'unique propriétaire de l'entreprise. Son conjoint gère quant à lui la production dans un atelier de fabrication qu'ils ont fait construire, il y a cinq ans.

«Avant cela, l'atelier était situé sur le même terrain que la maison, ce qui rendait encore plus difficile la conciliation travail-famille. C'est simple, nous étions toujours au travail!» note-t-elle.

Même aujourd'hui, M^{me} Cantin reconnaît que cette conciliation demeure encore difficile. «Nous y parvenons le temps d'un repas en famille», glisse-t-elle.

Leur fille Julie travaille maintenant dans l'entreprise familiale. «La relève s'en vient tranquillement», se réjouit Sylvie Cantin. Le travail ne manquera pas puisque Créations Art et Bois se lance dans la production à grande échelle destinée aux entreprises commerciales, comme les hôtels. ■



SYLVIE CANTIN

PHOTOS DE STÉFANIE LACHANCE

Le Mentor

Journal du Service de mentorat
d'affaires de la Fondation de
l'entrepreneurship

- VOLUME 01
- NUMÉRO 04

La *Fondation de l'entrepreneurship* est un organisme sans but lucratif dont la mission est de promouvoir la culture entrepreneuriale au Québec.

SERVICE DE MENTORAT D'AFFAIRES

Président-directeur général Mario Girard
Directeurs adjoints Nicolas Boucher, Michel Routhier, Lawrence Veilleux
Adjointes administratives Lise Côté, Manon St-Hilaire

LE MENTOR

Rédacteur en chef Stéphane Desjardins **Recherche** Lawrence Veilleux
Photographe Stéphanie Lachance **Journaliste** Pierre Picard **Réviseur** Denis Desjardins
Coordination Pamplemousse Communications **Conception graphique** Chic Type Création
Impression F.L. Chicoine **Distribution** Postes Canada
Marketing Rina Marchand, Fondation de l'entrepreneurship
Téléphones 418.646.1994, 514.873.3262 **Sans frais** 1.800.661.2160
mentoratdaffaires@entrepreneurship.qc.ca **www.entrepreneurship.qc.ca**

Dépôt légal, Bibliothèque
nationale du Québec

© 2008 *Fondation de
l'entrepreneurship*:
toute reproduction est interdite
sans autorisation du *Service
du mentorat d'affaires*.

Faire le point après cinq ans

Par Pierre Picard

Contrairement aux entrepreneurs qui, çà et là durant les cinq premières années d'activités de leurs entreprises, ont été accompagnés d'un mentor, d'autres sautent sur l'occasion une fois le premier quinquennat passé.

C'est le cas aux Productions du Raccourci, une entreprise sans but lucratif d'Amos en Abitibi, spécialisée en production d'activités culturelles, artistiques et communautaires. Fondée en février 2002 par un jeune couple, Véronique Filion et Bruno Turcotte, l'entreprise n'a véritablement amorcé ses activités qu'en novembre 2003.

« Depuis le début, nous ratissons très large. Après cinq ans, le temps est maintenant venu de revisiter l'entreprise en profaneur et d'en améliorer la gestion », souligne Bruno Turcotte.

Couple et duo

Le mentorat a donc débuté en février dernier. Fait à noter : elle et lui ont choisi d'avoir chacun leur mentor attiré. « Deux guides valent mieux qu'un », lance à la blague Véronique Filion, qui travaille avec le mentor Renée Deshaies. Son conjoint est épaulé par le mentor Yvan Rose.

Depuis le début de cette relation de mentorat, l'accent est beaucoup mis sur la gestion. « Nous sommes super efficaces sur le terrain, mais beaucoup moins dans le bureau, fait remarquer M^{me} Filion. La gestion est un des aspects que nous cherchons à améliorer, comme mieux définir les tâches et les responsabilités de chacun. Nous sommes avant tout des artistes et nous ne sommes pas vraiment à l'aise avec l'aspect financier. »

Véronique Filion et Bruno Turcotte précisent que leurs mentors les amènent chacun à réfléchir notamment à l'orientation stratégique de leur entreprise et sur les façons de mieux répartir les tâches entre eux et de solidifier la gestion administrative et financière de la boîte.



« Au début, les clients nous appelaient sans avoir de budget, ce qui n'est plus le cas maintenant. »

Dans les faits, chacun a des devoirs à faire en fonction de ses objectifs propres. Par exemple, elle veut restructurer l'École d'Arts La Rallonge, établir une politique de service à la clientèle, bien définir les tâches des professeurs et des collaborateurs, mieux gérer son stress, surtout en périodes intenses, et concilier travail-famille.

Pour sa part, lui veut redéfinir la mission de l'organisme, gérer efficacement son temps et ses finances, définir et respecter ses objectifs professionnels et personnels, valider et assumer ses choix et apprendre à déléguer.

« Les mentors nous guident progressivement vers une clarification de tous ces aspects. Il y a beaucoup à faire et nous avançons par étapes, dans ce qui est une démarche en profondeur », indique Véronique Filion.



Les Productions du Raccourci compte de belles réalisations, comme la mise en scène des cérémonies d'ouverture et de clôture des Jeux du Québec à Amos en août 2005, la création d'une ligue locale d'improvisation, la conception d'un spectacle multidisciplinaire pour le 25^e anniversaire du Théâtre des Eskers et la création de l'École d'Arts La Rallonge destinée à l'enseignement de la danse et du théâtre aux enfants de trois ans et plus. ■



DENIS GILBERT

Par Pierre Picard

Les abeilles sont reconnues pour la qualité de leur travail. C'est simple, elles n'arrêtent jamais! Tout comme Denis Gilbert, qui a d'ailleurs choisi une abeille à la bouille sympathique comme logo de son entreprise, Bizz Alimentation saine.

Les premières années de cette épicerie d'aliments biologiques et de produits de santé naturelle, ouverte en février 2002 au centre-ville de Chicoutimi, ont été particulièrement difficiles.

« À la fin de la deuxième année, n'importe quel comptable m'aurait conseillé de fermer l'entreprise », mentionne M. Gilbert. Toutes ses économies y ont été englouties et le déficit accumulé du commerce en deux ans atteignait 40 000 \$.

« Dans ce domaine, il faut connaître l'épicerie de père en fils, ce qui n'était pas mon cas. Je n'avais pas suffisamment d'expérience pour gérer un gros projet comme celui-là. Par bonheur, mon père m'a aidé financièrement durant cette période », reconnaît-il.

Vaincre l'isolement

Denis Gilbert a profité en 2006 d'un mentorat qui s'est échelonné sur deux années, avec France Lavoie, une femme d'affaires reconnue et appréciée dans la région.

« Dès que j'ai entendu parler de mentorat, je me suis dit que

amené cet entrepreneur à vaincre l'isolement. « Le fait de parler et d'échanger avec quelqu'un du monde des affaires lui a permis d'avoir une plus grande ouverture d'esprit qui lui a fait voir différents choix », note-t-elle.

Parmi les choix significatifs que Denis Gilbert a dû faire se trouve l'informatisation des opérations et de l'inventaire du magasin. « C'était une étape importante à franchir et il y est parvenu, poursuit-elle. Avec un solide plan d'affaires, il a obtenu le financement nécessaire à l'informatisation. C'est génial de voir un jeune entrepreneur passer le cap des cinq premières années. »

Mission accomplie

Comme une abeille, Denis Gilbert n'a pas lâché une seconde. Heureusement d'ailleurs, car la rentabilité s'est pointé le bout du nez à compter de la troisième année, l'entreprise enregistrant alors un profit de 12 000 \$. Elle n'a jamais cessé d'être au rendez-vous depuis. Si bien qu'aujourd'hui, Bizz Alimentation saine affiche un chiffre d'affaires de 600 000 \$, en hausse de 25 % par rapport à l'année dernière.

« Après six ans, on peut dire que j'ai réussi, mais les premières années ont été très stressantes, note-t-il. J'avais beaucoup de



« Après six ans, on peut dire que j'ai réussi, mais les premières années ont été très stressantes. »

ça me prenait cela, se remémore-t-il. M^{me} Lavoie m'a donné énormément confiance en moi et m'a prouvé que la réussite était possible en affaires. De plus, elle m'a appris beaucoup de choses du côté administratif. Son accompagnement fut précieux », commente-t-il.

Il rappelle que cette relation de mentorat était extrêmement bien structurée. « Nous préparions nos rencontres à l'avance et celles-ci étaient intenses et efficaces. Après chaque rencontre, j'avais des devoirs à faire », note-t-il.

De son côté, France Lavoie explique que le mentorat a

défis à relever en même temps, en plus de rencontrer plein d'obligations et de tout mettre en œuvre pour réussir, soit temps, argent et efforts. »

En cours de route, les initiatives de Denis Gilbert ont été nombreuses, dont l'obtention des certifications Ecocert et Commerce vert, le développement d'un catalogue pour l'achat en gros et la création d'une charte de développement durable visant notamment à encourager les productions certifiées biologiques de la région. Un copropriétaire et investisseur, Gilles Lavoie, s'est aussi associé à Denis Gilbert. ■

À chaque fois, recommencer à zéro

Par Pierre Picard

Il en aura fallu de la détermination à Claude Tremblay pour, au fil des ans, tenir à bout de bras son atelier de carrosserie automobile. Aujourd'hui, il se réjouit de ne pas avoir tout abandonné.

En 2006, au moment où plus rien n'allait, cet entrepreneur s'est tourné vers le mentor Daniel Forest, un retraité qui a travaillé pendant 30 ans au service du financement de la compagnie Ford.

« Nous avons procédé étape par étape. L'objectif était d'amener M. Tremblay à identifier par lui-même les situations les plus contraignantes auxquelles faisait alors face son entreprise et à trouver des moyens pour les régler à court, moyen et long terme, explique M. Forest. C'est ce que Claude a fait avec franchise, dans une relation ouverte où il n'a pas eu peur de chercher des solutions. »

Pour Claude Tremblay, il ne fait aucun doute que le mentorat l'a aidé à s'en sortir et à puiser au fond de lui-même la force nécessaire pour trouver des solutions, comme il se plaît à le dire aujourd'hui.

« Petit à petit, le mentor m'a amené à évaluer plusieurs aspects importants de la gestion de mon entreprise et à en améliorer les pratiques, explique-t-il. À titre d'exemple, j'ai mieux structuré le volet touchant la vente de voitures d'occasions et mis sur pied un registre d'utilisation des voitures de courtoisie. »

Une route semée d'embûches

Cet entrepreneur ne l'a pas eu facile. Il considère que, depuis la création de son atelier dans le garage derrière sa maison de Saint-Jean-sur-le-Richelieu en 2001, il a dû à cinq occasions tout recommencer pratiquement à zéro.

Location d'un local en 2002; achat d'une bâtisse en 2004; premier agrandissement en 2005, lequel a mal tourné; partenariat avec une bannière en 2005 qui s'est terminé en queue de poisson; nouvelle bannière en 2007 faisant du coup doubler le chiffre d'affaires et second agrandissement en 2008, celui-là fructueux. Voilà autant de jalons heureux ou moins heureux d'un parcours mouvementé.

« Le plus difficile a été le premier agrandissement de l'atelier en 2005 parce qu'il avait été très mal planifié, reconnaît-il. Au lieu de coûter la somme prévue de 40 000 \$, il en a totalisé 75 000 \$. J'ai donc dû emprunter. En novembre de la même année, je n'avais plus du tout de liquidités pour opérer. »



CLAUDE TREMBLAY

Claude Tremblay n'a pas baissé les bras pour autant. À force d'efforts et de courage, les choses se sont progressivement replacées, mais un problème majeur demeurerait, soit une association difficile avec une bannière depuis 2005. Claude Tremblay a donc mis fin à cette association en 2007. « J'ai alors pensé fermer l'entreprise ou la vendre », confie-t-il.

Obstinément, il a tenu le coup.

Le vent tourne

Il y a un an, le jeune entrepreneur est devenu un franchisé du géant américain Carstar. Depuis, tout baigne dans l'huile pour son atelier de carrosserie auquel des compagnies d'assurance réfèrent des clients.

« Carstar apporte de bons contrats avec des assureurs et beaucoup de visibilité. La progression obtenue avec cette franchise a été formidable », s'exclame-t-il.

À tel point que l'entreprise a été à même de financer un agrandissement de ses locaux cette année au coût de 120 000 \$, souligne avec joie M. Tremblay. L'atelier s'étend maintenant sur 5 000 pieds carrés et emploie huit personnes.

Quel a été le plus grand défi qu'il a relevé depuis le début de l'aventure? « Être encore en affaires aujourd'hui », répond-il, un sourire de satisfaction en coin. ■

QU'EST-CE QUE

LE MENTORAT ?

Une relation d'accompagnement libre, basée sur la confiance et le respect mutuels. Dans cette relation privilégiée, une personne riche d'expériences (le mentor bénévole) souhaite partager son expertise en entrepreneuriat par l'accompagnement d'une personne (le mentoré entrepreneur ou intrapreneur) afin de transférer ses connaissances et son savoir-être à cette dernière.

VOUS VOULEZ GAGNER EN EXPÉRIENCE ?

VOUS SOUHAITEZ PARTAGER VOTRE EXPÉRIENCE ?

Joignez le Réseau et bénéficiez du programme de mentorat d'affaires de la *Fondation de l'entrepreneurship!*

MESSAGE IMPORTANT

A TOUS LES ENTREPRENEURS

fondation de l'entrepreneurship MENTORAT

1 800 661 2160
www.entrepreneurship.qc.ca

Trop de PME ne survivent pas à la première année

Par Pierre Picard

Il est généralement reconnu que les cinq premières années d'une entreprise sont les plus difficiles à franchir. Encore plus ardu est toutefois le passage de la première à la deuxième année.

C'est ce que révèle une toute récente étude réalisée par le ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation du Québec (MDEIE).

Le constat est frappant : les entreprises québécoises de cinq employés et plus ont de la difficulté à franchir le cap de la première année. Leur taux de passage de la première à la deuxième année est de 80,1 %, comparativement à 90,7 % dans l'ensemble du Canada. Cette différence de 10,6 % est jugée « alarmante » par les auteurs de cette étude, dont Sylvain Mélançon, économiste au MDEIE.

« Les entreprises sont déficitaires durant leur première année. Les entrepreneurs qui n'avaient pas prévu cela sont souvent portés à abandonner », lance-t-il en guise de première explication.

Le MDEIE a la ferme intention de s'attaquer au problème. « Le diagnostic que nous avons établi avec cette étude est du béton, assure-t-il. Il faut maintenant mettre des mesures en place pour améliorer le taux de passage de la première à la deuxième année des entreprises de cinq employés et plus. »

Si ces entreprises affichaient le même taux de passage de la première à la deuxième année que celles du reste du Canada, 260 entreprises de plus atteindraient la deuxième année, chaque année, sachant que 2 600 de ces entreprises naissent annuellement. Et si ces entreprises affichaient le même taux de passage annuel pour toutes les années suivantes, le Québec compterait plus de 1 500 entreprises supplémentaires après dix ans.

› Les nouvelles entreprises au Québec

30 000 ENTREPRISES SONT CRÉÉES CHAQUE ANNÉE.

92 % COMPTENT MOINS DE CINQ EMPLOYÉS.

LES ENTREPRISES DE PREMIÈRE ANNÉE CRÉENT **ENTRE 20 % ET 25 %** DES NOUVEAUX EMPLOIS.

DES 287 032 ENTREPRISES CRÉÉES ENTRE 1992 ET 2000, UN TOTAL DE **70 654** N'ONT PAS ATTEINT LEUR DEUXIÈME ANNÉE D'EXISTENCE.

Source : MDEIE

Fiabilité et mobilité : deux as dans votre manche

Par Pierre Picard

Les cinq premières années d'opération d'une entreprise, peu importe sa taille et son domaine d'activités, représentent tout un défi pour un entrepreneur.

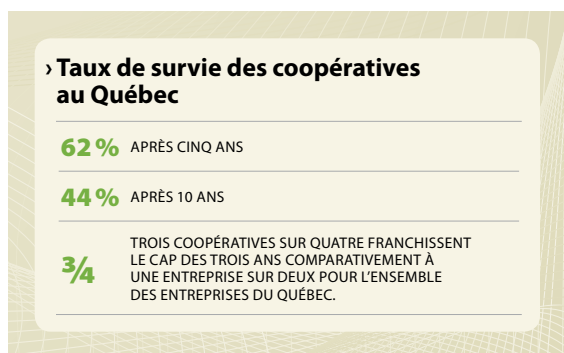
C'est souvent durant cette période que ça passe ou ça casse, pour reprendre une expression courante.



Autre conclusion inquiétante de l'étude: entre 1992 et 2001, le taux de survie après cinq années d'activité des entreprises de 20 employés et plus a diminué fortement au Québec, tandis qu'il a augmenté dans l'ensemble de Canada par rapport à la période 1984-1995.

Voilà autant de raisons d'agir. M. Mélançon indique qu'un groupe de travail sera mis sur pied cet automne au ministère afin de mieux comprendre les causes de ce taux de passage déficient au Québec. Les auteurs de cette étude recommandent de soutenir davantage les entreprises de cinq employés et plus ainsi que celles de 20 employés et plus lors de leur passage de la première à la deuxième année.

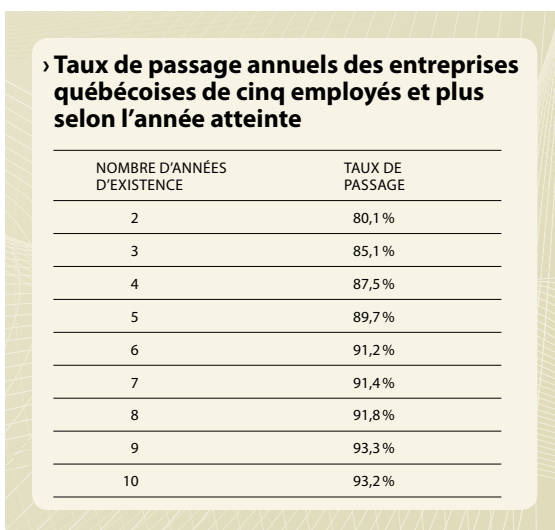
«Il est réaliste de croire que nous pouvons aider ces entreprises à franchir le cap de la première année, insiste-t-il. Après avoir cerné les causes, les intervenants sur le terrain pourront agir efficacement.»



Source: MDEIE

Bonne nouvelle: l'étude du MDEIE démontre que pour les entreprises qui ont survécu à la période critique des premières années, les chances de réussite augmentent par la suite d'année en année.

Par exemple, chez les microentreprises, le taux de passage augmente de 75 % pour le passage de la première à la deuxième année d'existence à 90,8 % pour le passage de la neuvième à la dixième année. Chez les entreprises de cinq employés et plus, il grimpe de 80,1 % à 93,2 % durant la même période. ■



Source: MDEIE

Voilà pourquoi il est si important de pouvoir compter dès le début sur de bons outils de télécommunication, liens essentiels entre le dirigeant d'une entreprise et ses clients. C'est tout simplement fondamental.

À cet égard, tout dirigeant d'entreprise doit rechercher deux caractéristiques cruciales de ses équipements de télécommunications : la fiabilité et la mobilité.

Première caractéristique à rechercher : la fiabilité du service local d'affaires

Aucune entreprise digne de ce nom ne peut tolérer, en 2008, être privée de service téléphonique à cause de pannes de courant. Chaque heure et chaque minute ainsi perdues peuvent représenter autant d'occasions d'affaires qui glissent bêtement entre vos doigts.

C'est clair et simple: les dirigeants d'entreprises peuvent compter sur le service local d'affaires de Bell, lequel fonctionne à coup sûr même pendant les pannes de courant brèves ou prolongées. Les fournisseurs par câble n'offrent tout simplement pas cette fiabilité.

Deuxième caractéristique à rechercher : la mobilité

À la fiabilité du service s'ajoute donc la mobilité grâce à des équipements spécialement conçus à cette fin. L'une et l'autre font la paire. Vos clients et vos fournisseurs doivent pouvoir vous joindre en tout temps.

Une façon efficace de s'assurer de cela est le service numéro unique. Ce service fournit

à l'utilisateur un numéro unique pour toutes ses communications, dont les appels téléphoniques, les télécopies et les messages vocaux.

«Tous les appels, qu'ils proviennent de téléphones filaires ou sans fil, sont automatiquement acheminés vers l'endroit où vous vous trouvez. À titre d'abonné, cela pourrait vouloir dire obtenir une vente avant l'un de vos concurrents ou offrir un service de qualité supérieure. Le service numéro unique peut vous fournir un avantage concurrentiel puisque vous serez en mesure de recevoir et de retourner plus rapidement les appels de clients potentiels», explique Brigitte Roy, chef divisionnaire adjoint au marketing pour les PME chez Bell Canada.

Ce n'est pas tout. Les entrepreneurs peuvent aussi avoir un bureau qui les accompagne partout. Les technologies et les services facilitant les affaires ont ouvert la voie à la popularité croissante des bureaux mobiles.

Selon Madame Roy, un bureau mobile offre aux entrepreneurs cinq grands avantages commerciaux:

1. Mieux gérer les coûts.
2. Améliorer le service à la clientèle et faire mûrir les ventes.
3. Accroître la productivité.
4. Communiquer de façon plus efficace avec les partenaires d'affaires et les clients.
5. Étendre leur portée dans de nouveaux marchés.

Par bureau mobile, on entend l'utilisation de différents appareils comme en premier lieu les téléphones cellulaires, mais aussi les assistants numériques personnels (PDA) et la Voix sur IP, un outil efficace pour réduire les coûts des communications vocales et de données. Le bureau mobile comprend également divers services et applications de téléphonie, dont le service de numéro unique.

Bell
www.bell.ca/demarrer

De la ferme à l'assiette, sans oublier le mentorat

YVES KERVADEC

Par
Pierre Picard

En faisant appel à un mentor, Yves Kervadec avait comme objectif d'augmenter l'achalandage à la table champêtre « Au Pied de la Chute », un lieu au charme bucolique situé à Lachute, dont lui et son épouse Émilie se sont portés acquéreurs en 2001.

M. Kervadec savait qu'il lui fallait attirer une clientèle corporative, mais avait besoin d'y voir plus clair sur les moyens à déployer pour y parvenir. D'autant plus que depuis l'achat de cette entreprise, le couple a eu deux enfants. Les priorités ont donc changé et les besoins de revenus aussi!

« J'avais vraiment besoin d'un coup de main d'une personne extérieure à l'entreprise, d'un œil nouveau. Je sentais la nécessité d'être écouté, épaulé et guidé, note-t-il. Les discussions avec le mentor Raymond McNamara m'ont d'abord permis de me rendre compte que j'étais sur la bonne voie. »

Yves Kervadec n'hésite pas à affirmer que cette relation de mentorat l'a progressivement amené à prendre de l'assurance en tant qu'entrepreneur et à envisager l'avenir de son entreprise de manière beaucoup plus positive.

« Le mentor m'a amené à pousser à fond une réflexion et une évaluation de divers outils de marketing afin d'attirer les entreprises à notre établissement pour leurs événements corporatifs », explique-t-il.

Après avoir analysé différents outils, Yves Kervadec a décidé de passer à l'action au moyen d'un publipostage ciblé et ingénieux, sous la forme d'une invitation sur carte postale. Il a aussi obtenu des listes d'entreprises par l'entremise de diverses organisations régionales, dont les chambres de commerce.

« La clientèle de cette table champêtre ne pouvait être que locale, rappelle pour sa part Raymond McNamara. Avec ténacité, Émilie et Yves sont allés chercher peu à peu une clientèle ailleurs

dans les Basses-Laurentides en mettant l'accent sur le corporatif. Depuis, le publipostage est un processus continu. »

Un marketing fructueux

Résultat? De mai 2007 à mai 2008, le chiffre d'affaires de l'entreprise a doublé. « L'impression de 5 000 cartes postales n'a coûté que 350\$. C'est un outil peu dispendieux qui a rapporté beaucoup », lance avec joie Yves Kervadec.

Il faut dire que l'endroit est à couper le souffle: une ferme de 14 hectares, serpentée d'une rivière avec sa chute et agrémentée d'une forêt, sans oublier les canards qui y déambulent en toute quiétude.

L'entreprise comprend une salle à manger de 30 places et une terrasse fermée pouvant accueillir 150 convives pour des méchouis. Le couple a investi 70 000 \$ dans l'aménagement de la terrasse, une somme qui fut particulièrement difficile à trouver. Il a aussi beaucoup amélioré l'image de cette entreprise agricole qui existe depuis plus de 20 ans: nouveau logo, nouvelle enseigne, nouveau slogan (« De la ferme à l'assiette! »). Le ton a résolument été donné dans une perspective agro-touristique.

Forts de cette belle réussite, Émilie et Yves ont un autre projet en tête qui consiste à développer le boisé afin d'y offrir des activités récréatives aux groupes corporatifs, comme la visite d'un centre d'interprétation de la nature.

Cela promet puisque déjà, une réservation au Pied de la Chute est une activité d'une durée de six heures, comprenant une visite de la ferme et un repas élaboré à partir des produits de celle-ci: poulets, pintades, canards, perdrix et poules, herbes et légumes du jardin et savoureux champignons sauvages.

Bon appétit! ■

PHOTO DE STEFANIE LACHANCE

Le Mentor vous est présenté grâce
à l'appui des partenaires du
Service de mentorat d'affaires de la
Fondation de l'entrepreneurship.



Canada

