

VOTRE EXPÉRIENCE LOCALE

GRÂCE AU
FINANCEMENT
DE LA MRC



trouvailles

07. ÉDITION SEPTEMBRE 2021

Responsabilité sociale en entreprise

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE
THÉRÈSE DE BLAINVILLE

ccitb

Propulser le succès
des entreprises d'ici.

COUPS DE ♥
D'ENTREPRISES

PAGE 5

AMBASSEUR
DE MARQUES ET DE LA
LANGUE FRANÇAISE

PAGE 18

10 ORGANISMES
QUI FONT UNE DIFFÉRENCE
SOCIALEMENT

PAGE 24



ON
AIME

le partage

Faubourg Boisbriand est fier de soutenir des organismes locaux tels que les Services d'Entraide Le Relais



**FAUBOURG
BOISBRIAND**

ICIFAUBOURGBOISBRIAND.COM

5 Nos coups de cœur!



16 4 entreprises qui redonnent à la communauté

top
4

Portraits d'entrepreneur



20 Bonne dose d'humour
et d'amour pour la
langue française

24 Organismes qui
font une grande
différence
socialement

top
10



Visionnez le dernier épisode de l'émission télé
Trouvailles sur les ondes de TVBL et [en ligne!](#)

Recevez les prochaines
éditions du magazine
Trouvailles!
Abonnez-vous
à la liste d'envoi

[› m'inscrire](#)

QUE SOUHAITEZ-VOUS RETROUVER DANS NOS PAGES?



Partagez avec nous les sujets qui vous intéressent pour
les prochaines éditions de votre magazine Trouvailles

Merci aux ailes locales de la CCITB pour leur apport à cette édition :

- Le Regroupement des gens d'affaires de Boisbriand
- Le Groupement de entreprises de Sainte-Thérèse
- L'Aile des gens d'affaires de Rosemère

rgab.

gest.

agar.

A woman with long blonde hair, Michelle, is standing in an office. She is wearing a black top. In the background, there is a desk with a computer monitor, a clock on the wall, and a potted plant.

**Pour Michelle,
l'ACQ est toujours présente
pour l'aider et l'appuyer dans
ses démarches.**



Laval • Laurentides

A low-angle shot of a complex steel truss structure against a bright blue sky with scattered white clouds. The structure is made of dark grey metal beams forming a grid-like pattern.

**Votre partenaire
d'excellence**

[acq.org/
devenirmembre](http://acq.org/devenirmembre)

Nos coups de cœur ♥



VOCALYS

Récemment, Vocalys a implanté un projet pilote pour un système téléphonique dans un organisme de Sainte-Thérèse tout en le supportant gratuitement! C'est vraiment génial de leur part!

- CAROLINE DU PAUL, ÉQUIPE CCITB

IGA DAIGLE

IGA Daigle s'implique activement auprès des maisons des jeunes à Boisbriand ainsi qu'à Sainte-Thérèse depuis maintenant plusieurs années avec, entre autres, l'organisation de collectes de fonds. Cette aide est grandement appréciée et je leur lève mon chapeau!

- MARIE-NOËL, ÉQUIPE CCITB



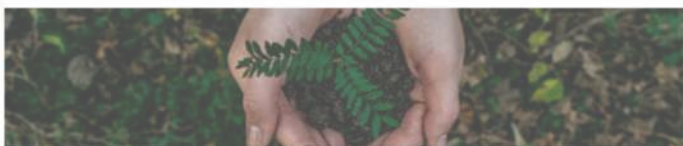
IGA s'implique

- en environnement
- dans sa communauté
- en offrant des produits d'ici

FONDS ÉCOLEADER

WOW! En finançant les projets des entreprises qui souhaitent adopter des pratiques plus écoresponsables, le Fonds écoléader protège l'environnement tout en assurant le développement économique des entreprises québécoises.

- ALEXANDRA SIMARD, ÉQUIPE CCITB



CERCLE D'OR MÉDIA

Notre environnement, il faut en prendre soin. Heureusement, c'est ce que Cercle d'Or Média vise à accomplir en s'impliquant dans le marketing vert. Un véritable exemple à suivre!

- MOLLY CHAMPAGNE, ÉQUIPE CCITB



PROJET SPÉCIAL

J'apprécie Projet Spécial car les créatrices de cette entreprise ont trouvé une façon moderne et amusante de mettre de l'avant les messages subtils qui ne sont pas toujours évidents au premier coup d'œil.

- MARIÈVE CONSTANTINEAU
ÉQUIPE CCITB



LK TOITURES

Une mention spéciale à LK Toitures pour son généreux don aux Services d'entraide Le Relais qui leur a permis d'offrir des nouveaux accessoires et morceaux de linge à leurs membres cet été!

- ATHENA BANIS, ÉQUIPE CCITB

Créativité rime avec responsabilité

Valérie Forgues, Créatival

La destinée de Valérie Forgues semblait déjà tracée d'avance. À la maison, l'activité mère-fille était la fabrication de bijoux. Ce passe-temps a, depuis, bien évolué pour elle.

Portant ses propres créations durant ses études au Collège Lionel-Groulx, ses amis lui demandent où elle se procure ses fameux bijoux. En constatant l'engouement grandissant face à son art, le désir d'aller plus loin s'installe en elle... mais puisqu'elle n'a jamais envisagé de se lancer en affaires, elle décide plutôt de poursuivre ses études à temps plein à l'UQO, tout en continuant la fabrication de ses bijoux durant les périodes estivales uniquement.

Par l'entremise de son université, Valérie accède à plusieurs concours et obtient des bourses. À la fin de son BAC, elle prend tout de même la décision de poursuivre ses études, une fois de plus, en se lançant dans une maîtrise aux HEC en marketing. C'est à ce moment qu'elle réalise son projet de session sur Créatival. Ainsi, elle combine parcours scolaire et création officielle de son entreprise.

Puis, en 2017, Valérie est sélectionnée pour participer à l'émission *Dans l'œil du Dragon* où elle capte l'attention des investisseurs. Ce point culminant lui permet d'acquérir beaucoup de points de vente, soit environ 50 à travers le Canada, chez des détaillants tels que Lolë et *La Maison Simons*.

fait à la main

« À la base, je ne créais que des bracelets. Puis, au fil du temps, j'ai développé différentes collections et nous avons maintenant un bar à fleurs séchées, des terrariums et des chandelles. »

Ayant pignon sur rue à Blainville depuis 2 ans, Valérie s'entoure maintenant d'une petite équipe. Puisqu'elle désirait favoriser l'insertion sociale en entreprise, elle a contacté l'organisme *Mouvement Personne D'Abord*. C'est donc à raison d'une fois par semaine qu'elle accueille en boutique Myriam, alias *CréatiMimi*, atteinte de trisomie 21, qui travaille à l'étiquetage et à l'emballage. Sa présence l'a d'ailleurs inspirée à développer une nouvelle collection de bijoux en son honneur; un projet commun basé sur la beauté dans l'imperfection.

« Je trouve que c'est un sujet qu'on ne met pas assez de l'avant. Je voulais soutenir une cause qui me tenait à cœur. Il s'agit d'une collaboration précieuse. J'espère que les entreprises vont suivre ce mouvement. »

Mais ce n'est pas tout. Une collaboration avec *L'Académie des arts, Trouve ta Voie* et *La Maison Lavande* est aussi établie. Une fois par semaine, on y offre des ateliers de création de bijoux pour personnes atteintes d'une déficience physique ou intellectuelle.

« En termes de production, ça devenait gros. Je désirais obtenir de l'aide externe tout en inspirant et en développant la créativité communautaire par des projets faits à la main, peu importe nos différences. »

Longue vie à l'inspirante entreprise Créativa!

Créativa!

visitez le site Web >

Votre MRC travaille avec vous



La MRC de Thérèse-De Blainville dispose d'une équipe multi-disciplinaire œuvrant aux services des travailleurs autonomes et des PME de la région.

Nous sommes un partenaire socioéconomique majeur dans vos projets de développement local.

Votre MRC travaille avec vous.



201 Boulevard Curé-Labelle
Sainte-Thérèse, QC J7E 2X6

(450) 621-5546

www.mrc-tdb.org

5 pratiques d'affaires inspirantes

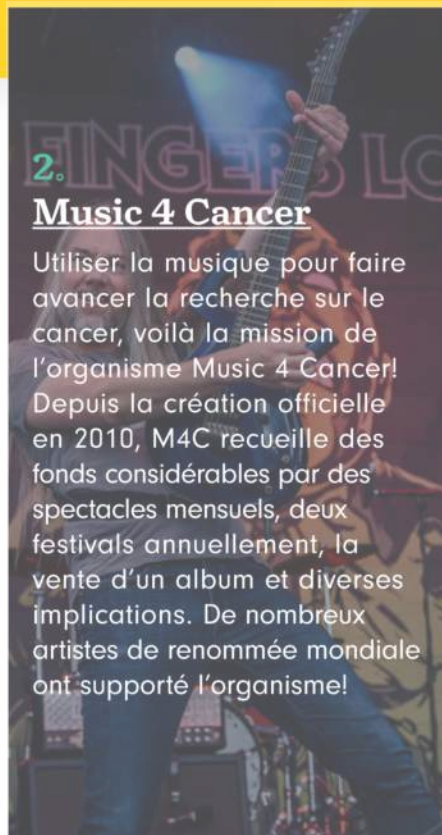
1. Demarbre, éco-design graphique

Atelier de design graphique spécialisé en image de marque et édition. Christine, la conceptrice derrière ce projet, offre non seulement une approche humaine au processus de création, mais innove en proposant des solutions qui ont un impact positif sur l'environnement et les gens. Un design graphique bien pensé et développé est une solution au développement durable!



2. Music 4 Cancer

Utiliser la musique pour faire avancer la recherche sur le cancer, voilà la mission de l'organisme Music 4 Cancer! Depuis la création officielle en 2010, M4C recueille des fonds considérables par des spectacles mensuels, deux festivals annuellement, la vente d'un album et diverses implications. De nombreux artistes de renommée mondiale ont supporté l'organisme!



3. Pacini Rosemère

Pourquoi ne pas utiliser un mets succulent pour soutenir une cause? C'est ce qu'a fait le Pacini Rosemère pour soutenir le mois de l'autisme. Pour chaque pizza Americana vendue, un montant a été versé à la Fondation Véro et Louis en soutien à la campagne *Différent comme toi!*



4. Décathlon Boisbriand

Offrir des articles de sport au prix le plus bas afin d'être accessible tout en étant engagé dans le développement durable, c'est le pari que prend Décathlon. L'équipe s'est mobilisée pour faire de l'éco-conception une priorité afin de réduire l'impact sur l'environnement et stimuler l'éco-innovation!



5. Marketing social avec Le bon plan

L'équipe créative et proactive de l'agence s'assure de créer des liens dans la communauté et d'encourager local. Cette agence marketing située à Blainville a choisi de rendre accessible son expertise en médias sociaux et en publicité numérique auprès d'organismes de la région, en les appuyant de façon bénévole.



Pionnières du mouvement vert

Ariane Delorme et Anouk Bélanger, Omaïki

Si on remonte en 2007, rares étaient les personnes qui adoptaient un mode de vie écoresponsable dans notre société. Ce sujet était encore très peu mis de l'avant, voire presque méconnu. Heureusement, bien des choses ont évolué depuis 14 ans. À l'époque, deux nouvelles mamans éco-conscientes avaient pourtant une idée de projet avant-gardiste, soit celle de fabriquer une couche lavable pour bébé entièrement au Québec. Cette idée naissait d'un besoin qui était non comblé puisqu'à ce moment, aucun produit semblable n'existait sur le marché.

Se connaissant depuis à peine 3 mois, Ariane Delorme et Anouk Bélanger œuvrent chacune dans deux domaines bien différents, mais ce besoin commun les rassemble. Un désir de se réaliser les habitant toutes deux aussi, elles vivent un coup de foudre entrepreneurial et amical! La réalité de la maternité changeant leur vie à chacune, elles

savent qu'elles prennent le bon chemin en lançant leur toute première couche lavable moderne. Suite à un fort engouement face à ce nouveau produit québécois innovateur, leur marque fait son entrée dans plusieurs points de vente, mais l'idée de mettre sur pied leur propre boutique est encore loin d'être présente dans leur esprit. À ce moment, elles sont plutôt en mode démarchage.

Comme un projet mène souvent à un autre, elles lancent leur premier site de commerce en ligne, puis elles ont pignon sur rue à Montréal. Leur clientèle désirant aussi acheter sur place, elles décident d'ouvrir leurs portes au public, même s'il ne s'agit pas du tout d'un magasin, mais plutôt d'un entrepôt! Les clients en veulent plus et leurs suggèrent même de nouvelles idées de produits. Depuis, elles ont le vent dans les voiles. La boutique de Blainville naît en 2018 et une panoplie de nouvelles collections

« Nous n'irons jamais à l'encontre de nos valeurs parce que de nouvelles modes font leur apparition. Nous resterons toujours authentiques à ce que nous prêchons. L'achat local demeure notre priorité. Notre plus grande fierté est l'entière fabrication de nos différentes collections, ici-même, à Montréal. »

de produits y sont proposées; des produits alimentaires aux produits ménagers, en passant par les produits d'hygiène corporelle, de beauté ou de maternité, il est impossible de ne pas y trouver son compte. De plus, les fondatrices accueillent plusieurs autres marques qui doivent, évidemment, toutes correspondre à leurs valeurs écoresponsables.

Toujours à l'affût de ce qui se passe dans la région, Ariane et Anouk désirent demeurer près de la communauté. Elles s'impliquent d'ailleurs dans les programmes qui touchent la santé menstruelle des femmes et l'accessibilité aux protections menstruelles. Un sujet encore très tabou. Elles envoient des serviettes sanitaires réutilisables pour des projets d'accompagnement de femmes tels que celui de Yuva, qui les fournis à de jeunes

népalaises. Comme leur milieu de travail touche les enfants de près, chaque année, elles s'engagent aussi à fournir des produits pour les nouveau-nés à *Opération Père Noël*.

« Se lancer dans le zéro déchet comporte beaucoup de questionnements. Nous sommes là pour épauler les gens, les accompagner et écouter leurs besoins. La section épicerie-frac a d'ailleurs vu le jour en raison de la forte demande puisqu'il n'y avait pas beaucoup d'options en ce sens dans la région. »

Pour faire ses premiers pas vers le mode vie écoresponsable ou pour poursuivre sa lancée vers de nouvelles alternatives écologiques, Omaïki est définitivement la boutique à visiter!

OMAIKI
EST. 2007

visitez le site Web >

Un festival local et vert, quoi de mieux?



Patrick Kearney, Festival Santa Teresa

Le Festival Santa Teresa est, sans contredit, un événement incontournable de la région des Basses-Laurentides. Depuis 2017, il ne cesse d'impressionner les adeptes de musique et de culture en mariant les artistes d'ici et d'ailleurs autour d'un village pittoresque où chaque salle et chaque concert est propice à la découverte. Cette idée de départ, d'implanter un festival à échelle humaine, a maintenant conquis des dizaines de milliers de festivaliers provenant de partout à travers le Québec, l'Ontario et même les États-Unis.

« Le Santa Teresa se distingue en offrant une dynamique différente. Il permet non seulement d'y découvrir une variété d'artistes émergents dans de petits bars et salles de spectacle de Sainte-Thérèse, mais aussi de profiter de ses festivités en se baladant simplement dans la ville. »

Le directeur général, Patrick Kearney, a pour mission d'accueillir le plus grand éventail de public possible compris entre 7 et 77 ans et ce, en proposant des styles de musique variés. Il est d'ailleurs possible d'obtenir un aperçu du caractère unique du festival en consultant les différentes vidéos publiées sur sa chaîne *YouTube*.

En 2019, le Santa Teresa a décidé de prendre un grand virage vert avec la naissance de sa politique écoresponsable « Vert Teresa » dont les objectifs sont les suivants : mettre en place une escouade verte en collaboration avec la *Maison des Jeunes des Basses-Laurentides* dans le but de gérer les matières recyclables, d'implanter des stations de compostage ainsi que des points d'eau afin de permettre le remplissage de bouteilles.

« Nous aimerions annoncer nos artistes 2022 en novembre. Ainsi, il serait possible d'offrir des billets du Festival Santa Teresa en cadeau de Noël. »

« Il est donc impossible d'acheter une bouteille d'eau chez les commerçants participants durant le festival. On suggère plutôt aux gens d'apporter leur propre gourde ou d'utiliser des verres réutilisables moyennant un dépôt de 2 \$.

Il s'agit d'un bon coup pour la planète en sachant que le festival attire de 25 000 à 30 000 personnes dans la région! Le prix Gestion responsable des matières résiduelles - Prix Vivats RECYC-QUÉBEC du concours Les Vivats et Les prix pour les événements responsables présentés par Loto-Québec et Recyc-Québec, remportés en 2019 méritent d'ailleurs d'être soulignés.

Patrick Kearney est positif face au retour du festival tel que nous l'avons connu avant la pandémie. Il souhaite d'ailleurs augmenter l'expérience-public pour la prochaine édition qui promet d'être, encore une fois, un franc succès!

Aussi président et porte-parole du REFRAIN, un regroupement né en 2020 qui a pour mission de rassembler et valoriser 75 festivals et événements culturels indépendants, Patrick Kearney travaille déjà à la préparation de la prochaine édition du Santa Teresa. C'est donc un rendez-vous en mai prochain!



visitez le site Web >

L'être humain au cœur de tout



Jean-Paul Heude, Palettes FGL

Lorsque Jean-Paul Heude a repris les rênes de Palettes FGL, une entreprise d'économie sociale se spécialisant dans la fabrication de palettes en bois, il avait un objectif bien précis en tête : réorganiser l'usine pour mieux aider son prochain, le tout en mettant à profit son expertise. Ayant travaillé durant 20 ans comme dirigeant dans le domaine des portes et fenêtres et étant anciennement propriétaire d'un restaurant, il a su relever avec brio ce défi qu'il s'était fixé à son arrivée, il y a maintenant 3 ans.

En collaboration avec Services Québec, Palettes FGL a comme mission de permettre aux personnes âgées entre 18 et 59 ans en situation d'exclusion une pleine intégration au marché du travail. Elle offre aux employés en formation de se réaliser dans le cadre d'une activité réelle de travail. Le parcours est d'une durée de 26 semaines. Il permet, entre autres,

l'acquisition de connaissances techniques et le développement d'habiletés manuelles, l'acquisition d'habitudes de travail et d'attitudes généralement attendues sur le marché de l'emploi ainsi que l'acquisition de techniques pour entreprendre une recherche d'emploi efficace et la mener à terme.

L'intégration des nouveaux participants se fait en continue et au rythme de chacun. De belles amitiés se forment et il est formidable de constater qu'aucun jugement n'est porté entre eux, bien que chacun ait un passé différent. L'équipe de travail comprend entre 18 et 20 participants.

Un partenariat établi avec Moisson Laurentides offre la possibilité aux participants de recevoir des produits alimentaires une fois par semaine. Un coup de pouce très apprécié pour plusieurs puisqu'il leur permet une belle économie financière.



« Le but est de mettre des sourires aux visages des gens, qu'ils soient heureux! L'être humain est toujours au cœur des décisions. »

PORTRAIT D'ENTREPRENEUR

Jean-Paul Heude est d'ailleurs très fier d'avoir engagé trois de ses anciens participants comme formateurs. Le programme adapté à la situation de chacun offre, sans contredit, de beaux résultats. Et ce n'est pas tout, un accompagnement personnalisé est offert durant les deux années suivant leur passage à l'usine et ce, même si le taux de placement à leur sortie est excellent. Palettes FGL offre incontestablement un environnement d'apprentissage positif et dynamique et gagne à être connu dans les Basses-Laurentides.

« Mon prochain objectif est de moderniser l'entreprise avec des outils semi-automatisés afin que l'on puisse s'adapter encore plus au marché et afin d'attirer encore plus de participants. »

« Je désire rééduquer les gens sur notre mission première qui est d'aider les gens. Oui, nous avons de vrais clients et nous recevons beaucoup de commandes, mais je veux que l'accent soit remis sur le fait que nous sommes une école-entreprise. »

Jean-Paul Heude est rempli d'idées pour de nouveaux projets à venir. C'est à surveiller!



[visitez le site Web >](#)

4 entreprises qui s'impliquent socialement

1. Hélène & Serge

Depuis plusieurs années, l'Équipe Hélène et Serge et filles, courtiers immobilier situés à Rosemère mettent différents événements sur pieds afin de contribuer à la fondation Drapeau Deshambault Maisonneuve. Les *Foodtrucks arrivent en ville* est maintenant un événement attendu annuellement à Rosemère et qui permet de faire une belle différence auprès de la communauté.



2. Syscomax : construction Moisson Laurentides

Désirant s'impliquer dans la communauté, Syscomax a fait un don considérable afin de soutenir Moisson Laurentides dans la construction du nouveau bâtiment qui permet maintenant de desservir un plus grand nombre de Laurentiens. Un soutien confirmé en 2019 qui a permis à Moisson Laurentides de voir plus grand et ainsi nourrir une plus grande quantité de gens.



3. Fleuriste foliole s'engage socialement

L'entreprise remet une partie de ses ventes en dons, notamment à l'organisme Plantaction qui s'assure de planter des arbres dans la région. En plus de diverses actions faites au courant de la pandémie pour colorer le quotidien des gens, Fleuriste foliole s'assure de changer le monde une fleur à la fois.



4. Fogo Euro-Lounge

Fier d'appuyer l'organisme Le Resto Pop, Yves Da Silva, propriétaire du Fogo Euro-Lounge s'implique non seulement sur le conseil d'administration de l'organisme, mais il participe activement au succès de différentes collectes de fonds de l'organisme. Dans les dernières années Le Fogo a accueilli sur ses lieux le « Mangeons don » au profit de l'organisme.



N'ATTENDEZ PLUS ! LA TÉLÉPHONIE IP... UN CHOIX INTELLIGENT ET PAYANT !

PROMOTION MEMBRES CCITB
2
MOIS
GRATUITS
★ ★ ★



Le télétravail n'aura jamais été autant de circonstance

Dotez votre entreprise d'outils
de communication performants
permettant de rester en contact autant
à partir du bureau, de la maison que
lors de vos déplacements

Une entreprise locale à votre service !

DEMANDEZ-NOUS
UN DEVIS SANS FRAIS

450 433-2222



Katy Lafleur n'a que 4 ans et déjà elle répond avec enthousiasme aux appels téléphoniques de l'entreprise paternelle! On dit que la pomme ne tombe jamais bien loin de l'arbre. Issue d'une famille entrepreneuriale, elle grandit sous l'influence de son père pour qui la langue française est tellement importante.

L'ADN de K17 Agence marketing, ambassadeur de marques et de la langue française!

C'est entre autres pourquoi on la retrouve maintenant présidente-fondatrice et Directrice principale de K17, une agence proposant une gamme complète de services en marketing. C'est avec plaisir que Katy a accepté de discuter avec nous de la portée des bons usages de la langue française dans les communications auprès de sa clientèle.

« Distingue-toi par ton élocution et ta qualité du français. »



Quand on parle de communications aux entreprises, notre premier regard est de surveiller l'étiquette, l'orthographe et le ton. Le courriel est le moyen le plus utilisé encore aujourd'hui malgré l'ascension de la popularité des médias sociaux et du clavardage en direct avec des agents au service à la clientèle lors d'achats en ligne. Une constante a été soulevée : les gens sont sensibles à ce qu'on leur écrit. L'ambiguïté d'un courriel peut provoquer beaucoup d'inquiétude, d'incompréhension ou de colère. Soigner son écriture est signe de respect et de considération auprès des clients. Cette éthique de travail s'applique tout autant auprès des membres d'une équipe. Ne tournez jamais les coins ronds quand il s'agit de vos communications! Ce conseil est doublement important pour vos médias sociaux, il s'agit de votre image!

À titre d'ambassadeur de marques, l'équipe K17 porte une attention toute particulière à la qualité du français dans les campagnes publicitaires développées. L'utilisation d'un français juste et impeccable positionne rapidement la marque dans la tête du consommateur. En revanche, une faute de français ou un mauvais jeu de mots mélangé à un anglicisme peuvent faire perdre toute la crédibilité et même l'envie de vouloir faire affaire avec votre entreprise. Soignez, en tout point, votre français, peu importe l'axe de communication que vous choisirez de prendre!

Outre la publicité, le site web est incontestablement la principale vitrine de votre entreprise. Que vous jugiez important que votre site soit conçu dans les deux langues officielles, la qualité de vos textes et de votre français est tout autant à privilégier que votre design, l'expérience de navigation, ou vos stratégies marketing afin que votre clientèle souhaite entrer en contact avec vous. Prioriser la qualité du français dans vos stratégies d'affaires est un investissement qui rapporte gros!

On constate rapidement que chez K17, l'équipe est fière d'accompagner les entreprises d'ici dans leur volonté de se démarquer! Elle a à cœur la richesse de la langue française et ils croient en la force des communications efficaces, car elles optimisent l'image de marque et accélèrent l'atteinte des objectifs marketing fixés d'une organisation!

[Découvrez des astuces pour améliorer vos communications externes en français >](#)





Une bonne dose d'humour, et d'amour pour la langue française!

Super Super, c'est ce que l'on a envie de dire après avoir discuté avec Stéphan Doe, fondateur de cette entreprise de Sainte-Thérèse qui propose des solutions culinaires pour simplifier et accélérer la préparation de nos recettes, tant à la maison que pour les restaurateurs.

Comme Stéphan a œuvré auparavant comme chef de la division vidéo du quotidien La Presse, la qualité du français dans ses communications est primordiale. Découvrons avec lui comment il a su respecter, et même surpasser, les règles quant aux inscriptions en français sur les étiquettes et emballages de ses produits.

Réaliser la conception d'étiquettes, c'est au départ une question de design graphique pour traduire la personnalité et l'image de marque de l'entreprise. C'était également une opportunité pour Super Super de sortir du cadre avec un nom distinctif pour chaque produit. Et même si la règle sur l'étiquetage veut que le français soit présent de façon au moins aussi évidente si une autre langue est présente, Stéphan a fait le choix d'utiliser une plus grande taille de police pour ses noms de produits en français.

La réflexion sur le concept des étiquettes ne s'arrête pas là, car même le choix du nom de l'entreprise a été fait pour garder le français bien en évidence. Super Super, ça se dit aussi bien en français qu'en anglais et ça permet donc à Stéphan



d'utiliser le même logo sur toutes ses étiquettes et ses emballages, en plus d'inclure son nom d'entreprise dans le titre de chacun de ses produits. Bref, il relève haut la main le défi de s'assurer que le français soit aussi évident que l'anglais sur ses étiquettes et ses emballages.

Aussi, comme le français est aussi la porte d'entrée pour exprimer l'humour qui le caractérise, Stéphan a su en insuffler une petite touche avec le design de ses étiquettes, mais il s'est permis une plus grande liberté sur son site web qui est d'ailleurs seulement en français. Il a ainsi pu mettre en lumière sa fierté d'être québécois, mais aussi s'assurer que le français prédomine sur son site web comme c'est le cas sur ses produits.

Prioriser la langue française fait partie intégrante des valeurs de Super Super et l'entreprise fait le pari que, tant sur ses produits que sur son site web, cette belle langue saura appuyer sa croissance pour de nombreuses années à venir et nous permettra de réaliser facilement des repas gastronomiques dignes de nos meilleures photos sur les médias sociaux!

[Découvrez tout ce qu'il faut savoir en termes de réglementation concernant l'étiquetage des produits >](#)

« Le nom de l'entreprise a été choisi pour mettre en valeur notre langue, tout en restant attractif pour la clientèle anglophone. »



TROUVEZ DES OUTILS EFFICACES

Pratiques d'affaires

Ayant à cœur la langue française, la CCITB met sur pieds des outils et des campagnes pour aider les entreprises et gens d'affaires à utiliser adéquatement le français dans leurs communications.

Nous avons comme objectif :

- D'accroître la compréhension de l'entreprise ainsi que de la clientèle de l'importance de travailler et de faire des affaires en français au Québec ;
- D'augmenter l'utilisation du français dans les affichages internes et externes ainsi que dans les communications avec la clientèle et la langue de travail ;
- D'augmenter le nombre de mesures qui favorisent l'utilisation du français dans les différents secteurs des organisations.

MÉMO

Service offert par l'Office québécois de la langue française

Accompagnement personnalisé pour les entreprises de moins de 50 employés

Dressez rapidement le portrait linguistique de votre entreprise.

[Faire l'autoévaluation](#)



FRANÇAIS EN AFFAIRES

Outils et inspiration pour une bonne utilisation de la langue française

Retrouvez l'ensemble des ressources en ligne pour parfaire vos communications.

[Accéder aux ressources](#)

virage numérique > EN FRANÇAIS



Histoires à succès

Des témoignages inspirants d'entreprises qui profitent des avantages d'une boutique en ligne.

[Écouter les balados](#)



Avec la participation financière de :

Office québécois
de la langue
française

Québec 

Fonds Écoleader : 18.5 M\$ pour soutenir vos projets *écoresponsables!*

Le Fonds Écoleader propose une **aide financière**, sous la forme de **subvention**, aux entreprises qui souhaitent engager des experts qui les aideront à mettre en place des **pratiques d'affaires écoresponsables** ou à se préparer à l'acquisition de **technologies propres**.

FONDS
ÉCOLEADER

SOUTIEN
AUX ENTREPRISES
EN ESSOR
ÉCORESPONSABLE

Contactez votre agente des Laurentides:
Florence Houle



fondsecoleader.ca



f.houle@fondsecoleader.ca



514-606-0589



FONDS
ÉCOLEADER
SOUTIEN
AUX ENTREPRISES
EN ESSOR
ÉCORESPONSABLE

top
10

Organismes qui font une grande différence socialement

1. Comptoir Dépanne-tout

Nous pouvons toujours compter sur le Comptoir Dépanne-Tout qui s'assure de redonner à la communauté en vendant des articles de seconde main à des prix abordables.



2. Resto pop

Nous applaudissons ce que le Resto Pop fait pour les gens de la communauté que ce soit à travers la sécurité alimentaire, l'intégration sociale ou même avec l'aide au logement. Nous leur donnons toute notre admiration!

3. Service d'entraide le Relais

Les gens de Boisbriand ont la chance d'avoir accès aux services offerts par le Relais. Leur aide alimentaire et communautaire est toujours grandement appréciée et reconnue par tous.



4. Moisson Laurentides

En aidant ceux qui sont touchés par l'insécurité alimentaire, Moisson Laurentides s'engage à être un acteur responsable et exemplaire de la communauté. On lève notre chapeau pour le travail qu'ils accomplissent et leur bienveillance envers ceux qui en ont le plus de besoin.



5. Parrainage civique

Briser l'isolement et la solitude des personnes vivant avec une déficience intellectuelle est l'un des objectifs de l'organisme Le Parrainage civique Basses-Laurentides. Cela est possible, entre autres, par le jumelage d'un parrain ou marraine bénévole qui favorise l'intégration sociale de cette clientèle.



6. Centraide Laurentides

Avec l'aide de bénévoles et d'organismes engagés, Centraide Laurentides s'est donné le mandat de lutter contre la pauvreté en prêtant main forte à ceux touchés par des situations socioéconomiques difficiles.

7. Grenier populaire des Basses-Laurentides

Ce tremplin social fusionné à un magasin offre une deuxième chance à ceux qui ont moins de facilité à trouver et conserver un emploi tout en les formant et en les accompagnant dans leur parcours.



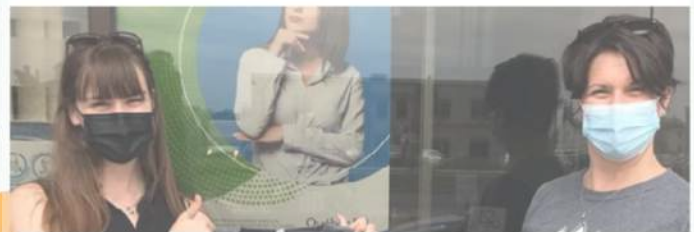
8. Mouvement personnes d'abord

Cet OBNL s'engage à améliorer le bien-être des adultes vivant avec une déficience intellectuelle à travers la mobilisation de services, la sensibilisation auprès des gens ainsi que la défense des droits. Bravo pour ce beau travail au sein de la communauté!



10. Persévérons ensemble

Tous unis pour la réussite des jeunes, l'organisme Persévérons ensemble se donne comme mission de favoriser et valoriser la persévérance et la réussite personnelle et scolaire des jeunes. Les jeunes étant la main-d'œuvre de demain, cet organisme inspire par sa mission et ses actions!



9. Recyc-Dons

Cette entreprise d'économie sociale contribue activement à l'écoresponsabilité, à l'inclusion sociale de gens avec des réalités différentes et au soutien des plus démunis. La mission première de l'organisme est de récupérer, réemployer et recycler les biens usagés reçus par donation.



Soigner les gens, soigner la communauté

Catherine Hopper, La Petite Clinique

Anciennes collègues de classe et partenaires de travail depuis maintenant plus d'une vingtaine d'années, Catherine Hopper et Annie Moreau-Bélisle ont toutes les deux suivi un parcours similaire en faisant leurs études en acupuncture à la fin des années 1990 et au début des années 2000.

À ce moment, elles partageaient des objectifs communs : venir en aide aux gens qui vivaient avec des maux et créer un espace où ils pourraient se sentir comme chez eux. Elles ont donc ouvert deux premières cliniques à Boisbriand avant de s'installer, en 2014, dans le cœur de Sainte-Thérèse dans une charmante bâtisse centenaire.

D'après Catherine, ce qui distingue La Petite Clinique est le côté multidisciplinaire de l'équipe et la volonté de celle-ci de laisser un sentiment de paix et de bien-être chez les patients suite à leurs visites.

Catherine désire que La Petite Clinique soit reconnue comme LA clinique à consulter à Sainte-Thérèse et dans les environs pour ceux qui éprouvent des difficultés avec leur santé ou leur bien-être. D'ailleurs, le nom de la clinique évoque un lieu où tout le monde est le bienvenu.

Pour Catherine, la responsabilité sociale signifie être actif dans sa communauté. C'est-à-dire être au courant des besoins de celle-ci et d'agir en fonction de ses besoins. C'est aussi être une entreprise qui mène l'exemple pour les autres qui voudraient faire de même.

Les propriétaires de La Petite Clinique ont aussi fait leur part en matière de support médical au cours de la pandémie en participant à la campagne *JeContribue* de Santé Québec. Quelques journées par semaine, elles consacraient du temps pour administrer des vaccins à la population québécoise

« Notre but principal est d'aider les gens qui entrent à la clinique à retrouver leur santé optimale, et ce, le plus rapidement possible. Nous avons l'honneur de traiter les gens dans un lieu qui est heureux, sécuritaire et ouvert. On ne délaisse jamais nos patients sans ressources. »

afin d'accélérer le processus de protection contre le virus, raconte Catherine :

« C'était une très belle expérience. Il y avait des professionnels de tous les ordres avec nous. Les gens qui étaient présents n'étaient pas là pour faire de l'argent, mais bien pour donner de leur temps et pour venir en aide à la population. Je me considère chanceuse d'avoir eu la chance d'y participer. »

De temps en temps elles vaccinaient leurs propres patients de la clinique, dit-elle en souriant.

Ce n'est pas uniquement Catherine qui aime s'impliquer, celle qui le fait à la Chambre de commerce, au sein du GEST. Elle considère que les membres de son équipe consacrent beaucoup de temps pour faire leur part dans la communauté et

au Village. Que ce soit pour la vente de masques ou même pour promouvoir les événements qui se déroulent à Sainte-Thérèse, tout le monde est toujours à bord pour faire une différence et permettre au village de Sainte-Thérèse ainsi qu'à ses citoyens d'atteindre leur plein potentiel.

La Petite Clinique est un bel exemple d'implication dans sa communauté !



visitez le site Web >

La communauté d'abord

Daigle

Charles Gingras, IGA Daigle

Pour connaître l'histoire de la famille Daigle, il faut remonter jusqu'en 1983 lors de l'ouverture du premier supermarché d'alimentation de Jacques Daigle, fondateur du supermarché IGA Extra Daigle.

Cet homme innovateur avait déjà une vision claire du chemin qu'il voulait suivre. Travaillant dans le domaine de l'alimentation depuis son adolescence, Jacques voulait lui aussi établir une entreprise qui représentait les valeurs de la famille Daigle.

C'est en 1994, que la famille s'installe dans la région de Sainte-Thérèse et éventuellement celle de Boisbriand pour accroître ses opérations en ouvrant quatre magasins IGA Extra Daigle. Au cours des années suivantes, les membres de l'équipe ont continué de bâtir et d'améliorer leurs commerces en respectant toujours cette même vision qui leur est propre.

Non seulement profitent-ils d'un fort bagage au sein du domaine de l'alimentation, mais nous pouvons aussi constater que l'entrepreneuriat fait partie de leur ADN. Charles Gingras considère sa famille comme étant des marchands avant-gardistes et toujours à l'écoute des tendances et des demandes de ses clients :

« Être à l'écoute de ce que notre milieu nous dit, c'est sur ça que nous nous concentrons le plus. »

Pour eux, le travail communautaire et la notion de responsabilité sociale vient naturellement. Ils consacrent beaucoup de leur temps et efforts à de multiples causes afin de venir en aide à la communauté de la région pour la jeunesse, l'environnement et socialement.

Les jeunes de Boisbriand et de Sainte-Thérèse ont la chance énorme de les avoir à leurs côtés. IGA Extra Daigle est reconnu pour son soutien de toutes formes envers ceux-ci par exemple, en fournissant

« Nous sommes privilégiés d'avoir une clientèle fidèle, en contrepartie pour nous il est vraiment gratifiant de pouvoir aider nos citoyens lorsqu'ils en ont besoin. Il faut être proche de nos gens. »

à certaines écoles des barils de pluie ainsi que des bacs à composte pour réduire leur empreinte écologique tout en leur apprenant la responsabilité environnementale.

En tant que marchands d'épicerie, la famille Daigle se soucie du gaspillage alimentaire. Afin d'éviter de jeter prématurément la nourriture périssable, IGA Extra Daigle a décidé de faire la différence en congelant la nourriture qui était « expirée » qui est ensuite envoyée à Moisson Laurentides qui se charge de redistribuer la nourriture aux familles dans le besoin.

En supplément, le magasin comprend aussi une section dédiée aux produits de l'épicerie montréalaise Rachelle-Béry. Non seulement y a-t-il une vaste sélection de produits naturels et santé à la disposition des clients, mais ces derniers peuvent même faire leur propre action pour l'environnement en achetant les produits en vrac avec des contenants réutilisables comme du savon. Plus besoin

d'acheter individuellement!

Grâce à une entente avec le Fond Éco IGA et Tesla, le IGA Extra Daigle situé au Faubourg Boisbriand figure parmi les premiers détaillants au Québec à avoir installé des bornes de recharge en grande quantité pour accommoder ceux qui possèdent des voitures électriques. En effet, ils veulent aussi être prêts pour 2035 lors de la transition du Canada vers un avenir plus vert avec la cessation de la vente de véhicules à essence.

Les membres de la famille Daigle sont de réels acteurs de changement dans la communauté. Charles Gingras nous assure aussi qu'il y a toujours des projets intéressants à surveiller aux IGA Extra Daigle. Nous serons aux aguets!



Le meilleur choix
Depuis 1983

[visitez le site Web >](#)

La fusion entre l'écologie et l'inclusivité

Marie-Noël Beetz, ÖKO Créations

C'est en 2009 au retour d'un séjour de 3 ans en Allemagne que Marie-Noël Beetz fut prise d'une vague d'inspiration. Après avoir été témoin du progrès allemand en termes d'écoresponsabilité et de technologie verte, elle a voulu ramener ces idées au Québec et développer sa propre entreprise, aux côtés de sa sœur Mélanie. Le nom même de la compagnie, Öko Créations, provient du mot allemand ökologie, qui signifie écologie.

Ancienne étudiante en impression de textiles, Marie-Noël a démarré son parcours entrepreneurial en fabricant ses tout premiers échantillons de serviettes hygiéniques réutilisables à la maison. Sa cousine Karine Létourneau, qui l'a rejoint peu de temps après, a joué un rôle primordial dans l'aspect marketing de la compagnie. Selon son témoignage, elle éprouvait un désir important

d'agir face à l'éco-anxiété qu'elle ressentait. Ensemble, ces deux sœurs et leur cousine ont mis en commun leurs forces et leurs talents pour développer une ligne de produits destinée à faire une différence dans le monde où le mode de vie zéro-déchet prend de plus en plus d'ampleur.

Leur mission? Aider les gens dans leur transition vers un mode de vie plus écoresponsable. La gamme de produits proposée prend en compte les besoins de la vie quotidienne, par exemple, avec les lingettes démaquillantes et les sacs à collation.

Il est possible de se procurer les produits dans certains magasins locaux dont la *Station Vrac* à Rosemère et *La Moisson* à Sainte-Thérèse. Un objectif commun des propriétaires est d'un jour retrouver leurs produits dans les pharmacies québécoises, canadiennes et même partout dans le monde!



Pour Öko Créations, la responsabilité sociale fait partie de l'ADN même de la compagnie. Non seulement les propriétaires veulent promouvoir un mode de vie plus vert, mais elles veulent aussi aider à créer une société qui est plus empathique, consciencieuse et solidaire. Elles supportent des causes importantes comme l'abolition du tabou des menstruations en fournissant leurs produits réutilisables d'hygiène menstruelle au Réseau Québécois d'Action Pour La Santé Des Femmes (RQASF). De plus, elles donnent aussi un certain pourcentage de leurs ventes à des organismes qui supportent la communauté LGBTQ2S+ comme Projet 10.

La diversité et l'inclusivité parmi les femmes qui travaillent à leurs côtés représentent aussi des éléments cruciaux dans la culture de l'entreprise. Plusieurs employées chez Öko Créations ont trouvé leur emploi actuel grâce à l'Atelier Éclipse,

une entreprise tremplin qui vise à promouvoir la réinsertion sociale en apprenant aux gens des compétences comme la couture. Chaque personne occupe une position vitale à l'intérieur de la compagnie et participe activement au bon fonctionnement des opérations. L'équipe est comme une famille, ont-elles expliqué :

« L'aspect environnemental et humain fait partie de l'ADN de la compagnie. Ce sont deux piliers hyper importants pour nous. »

Un énorme bravo à ces entrepreneures innovatrices et bon succès aux futurs projets d'Öko Créations!



[visitez le site Web >](#)

Pour un avenir écoresponsable et socialement responsable

Marie-Claude Duquette, Groupe Triton

Si nous pouvions décrire Marie-Claude Duquette en un seul mot, ce serait définitivement « dynamique ». Propriétaire de Groupe Triton depuis maintenant 7 ans, Marie-Claude y apporte sa couleur et sa touche en transformant l'entreprise pour en faire un modèle d'écoresponsabilité et une accompagnatrice de choix des PME québécoises.

Cette jeune entrepreneure visionnaire rêve de faire une différence significative dans son industrie tout comme dans le monde actuel. C'est pourquoi, elle concentre les efforts de Groupe Triton vers de l'accompagnement pour des projets imprimés avec, toujours en trame de fond, un important volet environnemental.

Son enfance, où le bénévolat et l'humain étaient fortement présents a façonné sa personnalité et sa motivation à toujours vouloir aider les autres et offrir le meilleur d'elle-même. Entrepreneure très impliquée dans son milieu et toujours fidèle à ses valeurs, elle

transpose désormais cette expérience de vie dans la gestion quotidienne de la compagnie familiale.

Aujourd'hui, le bénévolat occupe toujours une grande place dans la vie de Marie-Claude, et elle se consacre avec beaucoup de rigueur à son rôle de présidente de l'Aile jeunesse de la Chambre de commerce, en plus de faire partie du comité bénévole de la Fondation de l'Hôpital de Saint-Jérôme, qui prépare actuellement un projet abordant le sujet des dons planifiés.

« Je veux aider la relève entrepreneuriale sur la Rive-Nord. Je veux créer une communauté qui est forte pour que nous puissions tous nous entraider » affirme celle qui souhaite positionner son entreprise comme pionnière dans l'adoption de comportements de consommation responsables.

Un des buts premiers de Groupe Triton est de populariser la notion et la pratique de la consommation éthique, afin d'être l'un des principaux vecteurs de changement dans son industrie. Des

« On veut démocratiser tous les enjeux qui sont liés à l'emballage ainsi que sensibiliser notre clientèle à consommer mieux en consommant moins. »

AMBRE DE COMMERCE
ET

phénomènes comme le « greenwashing » (tactique marketing trompeuse des entreprises afin d'adopter un positionnement écologique visant à rehausser leur image) occupent l'esprit de Marie-Claude qui souhaite briser le mode de consommation actuellement utilisé par les entreprises. Pour ce faire, elle désire positionner Groupe Triton comme une véritable référence qui aura pour mission d'éduquer la population et les entreprises québécoises en matière d'écoresponsabilité et de responsabilité sociale.

Réduire le gaspillage, l'optimisation et l'achat local sont des termes qui ressortent souvent dans le vocabulaire de Groupe Triton, qui est d'ailleurs reconnue pour son travail et son accompagnement avec plusieurs entreprises québécoises. Sa volonté de demeurer leader de la consommation responsable en restant à l'affût des nouvelles recherches technologiques sur les plans zéro déchet et environnementaux permet également à l'entreprise de se démarquer.

Pour Marie-Claude, les enjeux de société représentent la même importance que les enjeux environnementaux, ce qui la pousse à agir en accord avec cette façon de penser. Grâce à des organismes comme le fonds Écoleader (un projet gouvernemental qui aide les entreprises à adopter des pratiques plus écoresponsables), Groupe Triton a la possibilité de prendre part à des projets respectant ses valeurs environnementales et sa pensée verte.

Fonceuse et déterminée, Marie-Claude gagne à être connue et représentée sans l'ombre d'un doute, un inspirant exemple à suivre pour sa communauté!

LE GROUPE
TRITON

visitez le site Web >

NOUVEAUTÉ

LES insp!rants

PROPULSÉ PAR

ccitb.



6 OCTOBRE 2021

Miser sur l'humain

PIERRE-OLIVIER CYR
Le Clan Panneton



10 NOVEMBRE 2021

En mode solution

VINCENT THÉRIAULT
Surmesure



8 DÉCEMBRE 2021

Leader positif

SHAWN JOHAL
Elevation coach



CHAMBRE
E BLAINVILLE

Réservez vos billets dès maintenant

www.ccitb.ca/evenements

LA CCITB

Propulse le succès des entreprises d'ici.

évoluer.

connecter.

s'informer.

se mobiliser.

évoluer.

- Participation **gratuite et illimitée** aux 30 webinaires des séries **360°**.
- Accès aux différents **parcours d'accompagnement** et **programmes de soutien aux entreprises**.

connecter.

- Participation **gratuite et illimitée** à la série d'activités de réseautage **Développe ton réseau** et à la série d'ateliers **Optimise ton réseautage**.
- Accès aux événements de **réseautage** à tarif privilégié (jusqu'à 40 % de rabais).
- Faire partie d'une communauté de **1 000 membres** avec un accès privilégié aux coordonnées de tous les membres.
- Possibilité de **s'impliquer** dans l'un des 26 comités.

s'informer.

- **Informations** ciblées envoyées de façon hebdomadaire.
- Accès à des répertoires de **ressources**.
- **Assistance professionnelle** aux entreprises entre 8 h 30 et 16 h 30 pour répondre à vos questions.

se mobiliser.

- Faire partie ou bénéficier des **projets collectifs**.
- Être représenté sur des **enjeux locaux et régionaux**.
- Par la force du groupe, accès à des **tarifs préférentiels** sur des services d'affaires (régime d'assurances collectives, service de commissaire à l'assermentation, service d'expédition, etc.)

LA CCITB
C'EST AUSSI...

aile
jeunesse.

femmes
en affaires.

réseau
industriel.

rgab.
BOISBRIAND

agar.
ROSEMÈRE

gest.
SAINTE-THÉRÈSE

PARTENAIRES
PRESTIGE





Le meilleur choix
Depuis 1983

Joignez-vous à l'équipe

**Différents
départements**

JOUR – SOIR – NUIT

FAITES NOUS PARVENIR VOTRE CV

emploi@igadaigle.com

**QUATRE MAGASINS,
UNE SEULE
ET MÊME FAMILLE**

SAINTE-THÉRÈSE
220, rue Saint-Charles
450-435-1370

SAINTE-THÉRÈSE
450, rue Blainville Est
450-435-5500

BOISBRIAND
25, boul. des Entreprises
450-430-5572

BOISBRIAND
2605, rue d'Annemasse
450-433-6226