

VOTRE EXPÉRIENCE  
LOCALE

GRÂCE AU  
FINANCEMENT  
DE LA MRC



# trouvailles

VOLUME 08 - 2021

La Station Vrac, Rosemère

## Achat local, fabriqué local

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE  
THÉRÈSE-DE-BLAINVILLE

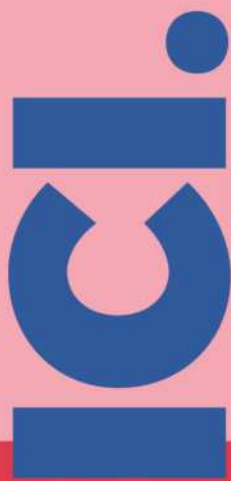
ccitb

Propulser le succès  
des entreprises d'ici.

COUPS DE ♥  
D'ENTREPRISES  
PAGE 5

LE FRANÇAIS  
À L'HONNEUR!  
PAGES 18 - 20

TOP 10 POUR S'OFFRIR  
DU BON TEMPS  
PAGE 16



**POUR  
APPUYER**


*L'achat local*



**DÉCOUVREZ  
NOS  
COMMERCES**

**FAUBOURG  
BOISBRIAND**

[ICIFAUBOURGBOISBRIAND.COM](http://ICIFAUBOURGBOISBRIAND.COM)

**5** Nos coups de cœur! 

**18** Affichage d'impact en français!

**20** Une cuvée d'exception!

**23** À l'écoute : balados captivants!

**34** Calendrier des activités 2021-2022

## Portraits d'entrepreneurs

**6** Ana Maria Arroyave  
Ana Maria Dessin

**24** Martine Sarrasin  
Studio Être pilates

**8** Jessy Turcot  
Turcot Olivier  
Optométristes

**26** Susan McCarragher  
Savons de la Bastide

**12** Nadine Bourgoin  
Conagra Brands

**30** Katheryne Boileau  
Agence Kanari

**14** Suzie Plamondon  
Faubourg Boisbriand

**32** Mathieu Audette  
Dimensions Portes et Fenêtres



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, wearing a black top, stands in an office setting. She is leaning on a desk. In the background, there is a large potted plant, a clock on the wall, and some framed pictures.

**Pour Michelle,**  
présidente chez Groupe Actium Inc.,  
l'ACQ est toujours présente  
pour l'aider et l'appuyer dans  
ses démarches.



Laval • Laurentides

**Votre partenaire  
d'excellence**

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

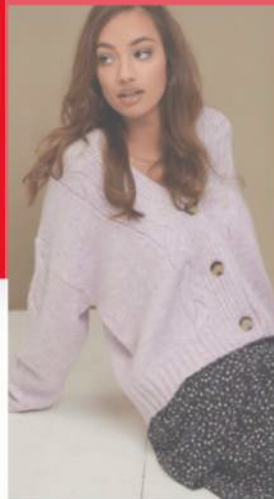
# Nos coups de cœur ♥



## LIBRAIRIE CARCAJOU

La librairie Carcajou me permet toujours de faire mes trouvailles québécoises pour des cadeaux d'enfants! Des livres, imagiers, jeux de société ; on trouve toujours!

- ALEXANDRA SIMARD, CCITB



## BOUTIQUE OPTION

En plus d'offrir un service personnalisé à sa clientèle, la Boutique Option de Boisbriand propose de fabuleuses collections de vêtements et accessoires pour hommes et femmes.

- MARIE-NOËL RICHER, CCITB

## SUCCEDA

Le Succeda est un restaurant doublé d'une épicerie fine où il est possible de se procurer des produits italiens maison ou importés. Une visite vous fera voyager par son menu italien à faire saliver!

- GINA BERGERON-FAFARD, CCITB



## MOKA TOUTOU

Moka est un toutou musical qui permet aux enfants de s'endormir au son de la musique classique. Les douces sonorités du piano, du violon et du violoncelle séduiront les oreilles des tout-petits.

- VÉRONIQUE BERGERON, CCITB



## LES ALLUMÉ(E)S

Les Allumé(e)s, c'est un lieu accueillant où il fait bon de prendre le temps de s'arrêter pour un café ou un lunch. Vous y trouverez des accessoires pour emporter votre café tout en étant charmé par le merveilleux décor.

- MARIÈVE CONSTANTINEAU, CCITB



## DOMAINE LAFRANCE

Site agrotouristique de rêve, l'offre impressionnante de spiritueux et de produits gourmands du Domaine LaFrance est en constante évolution et mérite d'être découverte!

- KATHRYNE ROY-BILODEAU, CCITB

# Créativité et audace : ingrédients de succès

Ana Maria Arroyave, Ana Maria Dessin

La fabrication de souliers : voilà la passion d'Ana Maria Arroyave. Provenant d'une famille de fabricateurs de souliers, elle œuvre dans ce domaine depuis un très jeune âge. C'est à l'université qu'elle a voulu explorer l'industrie de la mode et c'est en fabricant ses propres vêtements et sacs qu'elle a réussi à payer son parcours universitaire!

Quelle est la raison qui l'a convaincu de quitter son pays pour venir s'installer au Québec? La réponse est simple : l'amour. Grâce à une opportunité d'emploi offerte à son mari, elle a décidé de le suivre au Canada tout en gardant en tête sa passion pour les souliers.

Après avoir tenté d'ouvrir une première petite boutique à Montréal pour vendre ses produits, Ana Maria a vite réalisé que ce projet ne

fonctionnait pas comme elle le voulait. Gérer une équipe d'employés tout en assurant la croissance de l'entreprise était devenue une tâche assez lourde pour elle. Étant une femme créative, elle voulut plutôt se concentrer sur les dessins de ses modèles.

« Même si je sors des nouveaux modèles à chaque semaine, je me sens très bien car c'est ça qui m'allume dans la vie. On peut dire que je suis *on fire!* »

Après avoir quitté son chez soi et déménagé au Canada, elle a décidé de continuer à commander les matières premières pour la fabrication de ses chaussures de la Colombie étant donné que son père, qui était lui aussi fabricant de souliers orthopédiques, possédait une multitude de connexions oeuvrant dans le même domaine. Elle

« Pouvoir vivre de ma passion, c'est déjà beaucoup pour moi. Cependant, nous travaillons fort afin de pouvoir créer des produits accessibles, abordables et beaux pour tout le monde. »

explique que c'est aussi sa façon de supporter les gens qui ont travaillé de proche avec sa famille.

Si elle retient une leçon de son parcours entrepreneurial, c'est qu'il ne faut pas regarder trop loin lorsque nous débutons des projets :

« C'est très important de faire les choses petit à petit. C'est correct de vouloir tout faire rapidement, mais il faut aussi se rappeler de bien les faire. C'est ça que j'ai appris en débutant mon entreprise. Je suis allée trop vite et avec le temps, j'ai dû apprendre à ralentir. »

Elle a récemment ouvert une nouvelle boutique à Sainte-Thérèse pour présenter ses collections grandissantes et pour recevoir plus de clients en personne. Le succès d'Ana Maria Dessin se fait

sentir au-delà de la province. En effet, sa clientèle est répandue jusqu'à la côte ouest du Canada!

Pour le moment, Ana Maria se concentre surtout sur la fabrication de produits destinés à une clientèle féminine, mais elle aimerait agrandir ses collections pour inclure des produits pour hommes ainsi que pour les plus petits.

La créativité et l'audace d'Ana Maria vont sans doute l'amener bien loin dans ses futurs projets.



[visitez le site Web >](#)

# Expert de sa communauté



**Jessy Turcot, Turcot Olivier Optométristes**

**Propriétaire et directeur général des cliniques Turcot Olivier Optométristes, Jessy Turcot nous présente son parcours entrepreneurial en nous racontant comment il s'est rendu où il est aujourd'hui.**

Étonnamment, malgré le fait que plusieurs membres de sa famille œuvraient dans le domaine de l'optométrie depuis plusieurs années, ce n'est pas cette avenue qui l'intéressait au début.

Ce qui le passionnait initialement c'était l'administration. Il a débuté son parcours universitaire en s'inscrivant dans un Baccalauréat au HEC en administration sans savoir qu'il allait éventuellement prendre sa place dans l'entreprise familiale à la clinique d'optométrie de sa mère. Celle-ci a d'ailleurs fondé la clinique après sa graduation en 1978.

Avec ses études en administration et en finance,

Jessy possédait tous les outils nécessaires pour aider sa mère à gérer et développer sa clinique.

Le service attentionné et la passion pour l'optométrie sont les éléments clés qui propulsent Turcot Olivier à se démarquer et à surpasser les attentes de la clientèle. Dès le départ, ils ont compris qu'un service extraordinaire représentait bien plus qu'un simple examen des yeux. Créer une connexion authentique avec les gens qui entrent se faire examiner les yeux ou qui cherchent des conseils quant à leurs lunettes, c'est ce qui fait la différence. Pas surprenant que les mêmes clients reviennent d'année en année visiter leurs cliniques!

Jessy nous partage que les centres Turcot Olivier Optométristes misent beaucoup sur la qualité des lunettes qu'ils vendent, ce qui fait en sorte que certaines d'entre elles se classent plutôt dans la catégorie haut de gamme. De plus, ils ont possèdent

« Je vais toujours faire de mon mieux pour mettre de l'avant l'achat local, que ce soit pour nous ou pour d'autres marchands locaux et petites entreprises. C'est pour cela que nous voulons rester proche de notre monde et être présents pour ces gens, car c'est grâce à eux que nous pouvons continuer à nous améliorer et à offrir le meilleur service possible. »

des collections exclusives qui ne se retrouvent pas ailleurs au Québec et au Canada.

La plupart du temps, lorsqu'on parle d'achat local dans le domaine de l'optométrie, nous parlons de conception locale. Le design des lunettes peut être dessiné par des gens d'ici, mais il n'existe pas de fabricant québécois pour le moment.

« Par exemple, il y a deux jeunes québécois qui ont démarré une compagnie de design de lunettes qui aimeraient éventuellement établir une usine de fabrication locale. (...) Nous essayons de supporter les importations de petits créateurs le plus possible, mais pour le moment ça vient d'autres endroits. »

En revanche, le taillage des verres de lunettes ainsi que le montage et l'ajustement se font en clinique.

Pour ce qui est de l'achat local, c'est un élément essentiel pour la compagnie. La majorité de la clientèle de Turcot Olivier demeure dans la région et faire partie de la CCITB vient beaucoup aider en ce qui attrait à la visibilité auprès des habitants.

« Je vais toujours faire de mon mieux pour mettre de l'avant l'achat local, que ce soit pour nous ou pour d'autres marchands locaux et petites entreprises. C'est pour cela que nous voulons rester proche de notre monde et être présents pour ces gens, car c'est grâce à eux que nous pouvons continuer à nous améliorer et à offrir le meilleur service possible. »

Le meilleur des succès aux cliniques Turcot Olivier!

[visitez le site Web >](#)

**TURCOT  
OLIVIER**  
OPTOMÉTRISTES



# Fier du dynamisme de nos entreprises d'ici!



Nous sommes là pour vous,  
contactez-nous !



450 623-3335

45, rue Grignon  
Saint-Eustache (Québec) J7P 4X1

**Luc DESILETS**

Député de Rivière-des-Mille-Îles

[luc.desilets@parl.gc.ca](mailto:luc.desilets@parl.gc.ca)

# 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](http://www.mrc-tdb.org)

# Marques de cœur fièrement d'ici



## Nadine Bourgoïn, Conagra Brands

**Connaissez-vous l'histoire derrière les marques québécoises VH® et Pogo®, ces aliments que nous pouvons facilement retrouver dans les réfrigérateurs des québécois?**

La marque VH® a été fondée en 1958 et a été inspirée par un grand voyageur, Vincent Harrison (d'où les initiales VH), qui à cette époque voyageait à travers le monde en tant que magicien. Ses voyages, notamment en Asie, lui ont fait découvrir de nouvelles saveurs, ce qu'il a d'ailleurs ramené avec lui au Québec.

C'est en 1962 que débute l'histoire de la marque Pogo®. Durant cette année, l'anglais Leopold Kerr a créé des saucisses sur bâtonnets, que l'on connaît aujourd'hui sous le nom de Pogo. Voyant le potentiel que cette invention alimentaire représentait, il est venu s'installer au Canada avec une vision entrepreneuriale bien à lui.

Nadine Bourgoïn, directrice de la chaîne d'approvisionnement de l'usine, travaille chez Conagra Brands depuis maintenant 33 ans. Elle est fière de faire partie de cette équipe qui met une importance marquée sur la santé, la sécurité et le bien-être de ses employés :

« Les valeurs de Conagra me reflètent beaucoup. Nous disons souvent aussi que Conagra est une belle école, dans le sens où nous donnons la chance à tous, peu importe leur niveau d'entrée, à continuer de grandir et se développer dans les différents postes à l'usine. »

Ce n'est pas surprenant de rencontrer un employé qui travaille chez Conagra Brands depuis plus de 30 ans. La majorité d'entre eux ont développé des liens très fort avec leurs collègues de travail :

« Plusieurs d'entre eux se collent à la compagnie

« Je suis fière des aliments que nous préparons et que ce soit de fiers Québécois de divers milieux qui participent à leur production. »



depuis bien longtemps. Nous voyons à quel point ils ont leur travail à cœur. »

Un autre élément que l'entreprise priorise c'est la qualité des produits qu'ils préparent. Que ce soit les emballages, les matières premières ou les ingrédients, chaque aliment est inspecté et validé avant de se rendre sur les tablettes d'épicerie, nous explique Nadine.

Presque tous les mois, Conagra s'implique socialement en supportant des familles de la région grâce à différents dons alimentaires. Les produits imparfaits, mais quand même très bons, sont remis à Moisson Laurentides et Moisson Montréal afin d'éviter tout gaspillage alimentaire.

La diversité et l'inclusion représentent un autre pilier fondamental dans la structure de la compagnie : « C'est enrichissant de discuter et d'échanger

avec des employés de divers milieux culturels et d'entendre leurs histoires ou leurs idées. »

Malgré la taille de l'entreprise, Conagra s'engage à utiliser le plus souvent possible des produits et des ingrédients locaux. Leur fournisseur de saucisse, qui est d'ailleurs situé à Laval, peut leur livrer jusqu'à 14 000 kg de saucisses par jour. Assez impressionnant!

La prochaine fois que vous irez faire un tour à l'épicerie, jetez un coup d'œil au bas des boîtes Pogo® ou des sauces VH®... Vous remarquerez qu'ils possèdent un sigle signifiant qu'ils ont tous fièrement été préparés ici au Québec.



visitez le site Web >

# Emplettes et divertissements pour tous!



## Suzie Plamondon, Faubourg Boisbriand

**Le Faubourg Boisbriand est un lieu incontournable des Basses-Laurentides pour y casser la croûte, organiser un 5@7, effectuer des achats de toutes sortes et même s'entraîner!**

Plus de 66 commerces de service et places d'affaires accueillent des milliers de consommateurs chaque jour. Avec des chaînes de grande surface telles que *Bureau en gros*, *Toys'R'Us* et *Dollarama*, on y retrouve aussi une variété de commerces allant de l'alimentation à la mode, la décoration, l'électronique/informatique, restaurants/bars, ainsi qu'un secteur Village en pleine croissance. Bref, un endroit de prédilection pour toute la famille!

Au grand bonheur des tout-petits et plus grands, des activités extérieures sont fréquemment proposées. Nous y trouvons une aire de pique-nique et de jeux pour enfants, une fontaine d'eau pour prendre de belles photos et une borne de recharge électrique rapide pour les voitures. Nous y trouvons même un potager pour lequel les récoltes sont distribuées au *Services d'entraide Le Relais*. Voilà une belle façon de se différencier et de se positionner comme un endroit de choix pour les gens de la région. En collaboration avec *Alvéole*, un projet d'apiculture urbaine est même à venir.

Avec environ 2 000 employés se déplaçant au Faubourg Boisbriand, on peut presque le considérer comme étant une micro-société! Même si certains habitent des régions plus éloignées, il leur apporte un lot d'avantages dont celui de leur permettre

« On aime rallier nos commerçants et on a à cœur de fidéliser et satisfaire notre clientèle. On prend soin de notre monde ! »

d'effectuer leurs courses sur l'heure du lunch ou directement après le travail.

L'une des plus grandes forces, mais aussi l'un des plus grands défis à relever par l'équipe marketing en place, est de faire rayonner les entreprises par l'organisation d'événements de tous genres. Ici, le travail d'équipe est mis de l'avant. C'est pourquoi on implique les commerçants dans le processus en les invitant aussi à soumettre leurs propres idées, tout en respectant leur budget. Par exemple, durant la pandémie, plusieurs concours en collaboration avec les restaurateurs ont été lancés. Très populaires et appréciés par la clientèle, il s'agissait d'une excellente façon pour eux de se faire connaître en ces temps plus difficiles. Ah, et quoi de mieux que d'admirer des artistes locaux à l'œuvre sur les terrasses ou de croiser le Père Noël distribuant des

cadeaux aux enfants durant le temps des Fêtes? Somme toute, l'événement gratuit « Cinéma sous les étoiles », qui a eu lieu durant 9 années consécutives, demeure la plus belle réussite du Faubourg!

Au Faubourg Boisbriand, le mot d'ordre est d'offrir une expérience unique en son genre en offrant un centre de très haute qualité. Mission accomplie!



[visitez le site Web >](#)

top  
10

# Divertissements à offrir ou à s'offrir!



## Équipes en jeux

Que ce soit en famille, au travail ou même lors de formations, Vicky Mercier d'Équipes en jeux vous propose différents outils collaboratifs. Créatrice du jeu *Duos multiples* qui permet aux joueurs de mettre de l'avant leurs habiletés lors de différentes épreuves, Vicky et son équipe proposent également des parcours extérieurs offerts aux citoyens de municipalités. Peut-être avez-vous déjà fait le parcours d'activité familiale *La Grande Quête*, que l'on peut faire à Blainville?

## Jeuxjubes

Une visite chez Jeuxjubes vous convaincra d'intégrer des jeux dans vos soirées entre amis ou en famille. Jeux multiples ou jeux de rôles, il y a des options pour tous les âges et surtout tous les types de joueurs. En plus, une belle sélection de bonbons vous permettra d'accompagner vos jeux de délicieuses sucreries!



## Tag E-Karting

9 attractions sensationnelles sous un même toit! C'est ce que vous propose le tout nouveau centre d'amusement Tag E-karting. Joignez l'utile à l'agréable en profitant du restaurant et du bar sur place après une course sur ce circuit de karts électriques de 6 000 m<sup>2</sup> sur 2 étages. Sensations fortes garanties!



## Immersia

Évadez-vous en équipe le temps de résoudre des énigmes captivantes. 21<sup>e</sup> entreprise de jeux d'évasion au monde, selon le « Top Escape Room Project Enthusiast Choice Awards » 2020. Immersia vous propose des scénarios dans ses locaux théâtraux de Boisbriand et Laval ou en mode virtuel!

## O-Volt

O-Volt, c'est un centre récréatif et sportif qui fait bouger tout le monde. Situé à Blainville, ce centre vous propose des trampolines, modules de jeux, parcours ninja et bien plus pour vous divertir en toute sécurité. Il est même possible d'organiser des fêtes sous plusieurs thématiques!





### Jeux 3 dragons

Jeux 3 dragons propose aux amateurs de cartes de collections, miniatures et bandes dessinées une vaste sélection à sa boutique de Rosemère. En plus, cette boutique de jeux spécialisée ouvrira bientôt une deuxième succursale sur la rue Turgeon à Sainte-Thérèse!



### Prohibition Bar à bières

Les soirées des Génies sont de retour à la Prohibition Bar à bières de Sainte-Thérèse. Tous les mercredis soir, retrouvez-vous entre amis pour une soirée quiz divertissante! Les thématiques sont différentes à toutes les semaines et vous courez la chance de gagner des pichets de bière et des certificats cadeaux de 50 \$.

### Méga-Maze

Méga centre d'amusement situé à Blainville, Méga-Maze propose différentes zones de jeux adaptés pour toute la famille. On y retrouve entre autres un labyrinthe, des blocs géants, une zone bambin et des glissades sur tube. Adapté pour tous les âges, les enfants pourront s'amuser en toute sécurité!



### Le Petit théâtre du Nord

Ayant pour mission de développer l'activité théâtrale dans les Basses-Laurentides, le Petit théâtre du Nord propose Les Veillées Festives, enfin ensembles. En formule cabaret, des contes urbains, aventures, personnages historiques et musique sont au rendez-vous!



### Le Crux Boisbriand

Le Crux est un centre d'escalade situé à Boisbriand. Ce centre propose différents espaces adaptés à tous les types de grimpeurs, de niveau débutant au niveau expert. Des espaces de blocs, des voies et même un circuit Ninja Warrior sont proposés. Une deuxième succursale est maintenant ouverte à Laval.





PLACE ROSEMÈRE

## Place Rosemère : pour un affichage d'impact en français

### Magasinage et langue française, deux éléments qui coexistent plus que l'on pourrait penser!

Nous avons eu le plaisir de rencontrer Isabelle Lamarche, directrice du marketing pour la Place Rosemère et fière ambassadrice de la langue française au sein de l'équipe Morguard, une firme-conseil en gestion immobilière basée à Toronto. Comme ce centre commercial est le seul centre francophone de l'entreprise, c'est avec enthousiasme qu'Isabelle nous a partagé leurs bonnes pratiques afin d'encadrer l'affichage des marques de commerce.

Aviez-vous déjà remarqué que la bannière des marchands à la Place Rosemère porte toujours un descriptif en français des produits ou services offerts lorsque la marque de commerce est en

anglais? Selon le *Règlement sur la langue du commerce et des affaires*, une marque de commerce uniquement dans une autre langue que le français peut être affichée si une présence suffisante du français est également assurée sur les lieux. Cette prédominance se traduit habituellement par des caractères plus grands pour le texte en français.

C'est le même constat pour les kiosques de la Place Rosemère qui doivent également respecter le règlement concernant l'affichage des marques de commerce, ils font eux aussi partie des visites régulières réalisées par l'équipe de gestion. Ces visites visent à cerner les besoins des marchands et à leur offrir des conseils en lien avec, entre autres, le respect des règles d'affichage. De plus, dans le but de maintenir une approche de collaboration et de sensibilisation, toutes les communications publicitaires



ARTICLE RÉDIGÉ EN COLLABORATION AVEC NATHALIE BRAY DE [LUMINA STRATÉGIES](#) ET OFFERT GRÂCE À LA PARTICIPATION FINANCIÈRE DU SECRÉTARIAT À LA PROMOTION ET À LA VALORISATION DE LA LANGUE FRANÇAISE.

ou notes de services envoyées aux détaillants sont rédigées uniquement en français. Selon leur provenance et leur langue d'affaires, les sièges sociaux de certaines de ces entreprises reçoivent, au besoin, la version anglaise de ces communications.

Et bien sûr, la Place Rosemère n'échappe pas à la règle et doit, elle aussi, se conformer au *Règlement sur la langue du commerce et des affaires*. Que vous consultiez les heures d'ouverture sur une des nombreuses portes d'entrée du centre commercial, ou encore que vous soyez attiré par une bannière colorée dans l'aire de restauration, vous trouverez toujours l'information dont vous aurez besoin, et ce, en français.

Comme vous pouvez le constater, Morguard a bien fait les choses en sélectionnant, pour la Place Rosemère, une équipe de professionnels chevronnés qui ont à cœur d'offrir une expérience client exceptionnelle avec le plus grand respect de la langue française. Sur ce, bon magasinage grâce à votre application de points Confetti!

**DÉCOUVREZ TOUT CE QU'IL FAUT SAVOIR EN TERMES DE RÈGLEMENTATION CONCERNANT L'AFFICHAGE DES MARQUES DE COMMERCE.**

[Voir le guide >](#)



**PLACEROSEMÈRE**  
200 MAGASINS



# Le bon vin et le bon usage du français, une cuvée d'exception

**Terminer l'entrevue avec Catherine Lauzon, copropriétaire du Vignoble Les Vents d'Ange, c'est avoir l'impression de faire partie de l'équipe!**

Bien sûr parce que c'est une entreprise familiale, mais surtout parce que les valeurs familiales sont au cœur de leur quotidien. Que ce soit pour leurs bonnes pratiques en ressources humaines ou encore pour la qualité de l'accueil dans leurs installations, ces valeurs sont pour l'entreprise un gage de succès au même titre que la qualité de la langue française. Catherine ne s'est donc pas fait prier pour nous partager comment le vignoble s'assure d'un service à la clientèle exceptionnel et en français s'il vous plaît!

Pour s'assurer d'offrir un excellent service à la clientèle et d'intégrer le bon usage du français dans les communications, chaque membre de l'équipe reçoit un manuel des employés contenant une section qui présente les bonnes pratiques à adopter pour accueillir et servir les clients du vignoble. On y présente des exemples de situations concrètes ainsi que des conseils pratiques. Un truc qui fonctionne particulièrement bien? Accueillir avec enthousiasme et douceur chaque client comme si c'était un membre de leur propre famille qui passait faire une dégustation en y ajoutant le vouvoiement.

Bien accueillir les clients, c'est une priorité autant en boutique que dans les champs, mais aussi au téléphone. Comme la boutique est bien achalandée les fins de semaine, les employés ont



rapidement maîtrisé les bons trucs pour traiter les appels efficacement tout en assurant le même accueil chaleureux qu'en personne. L'équipe analyse rapidement les besoins, répond aux questions urgentes des personnes en ligne et confirme un retour d'appel rapide pour compléter leur demande. Et comme les vins du vignoble sont très populaires, on peut imaginer que ce volume d'appels est l'occasion parfaite de mettre en pratique un excellent service à la clientèle avec le souci d'utiliser les bons mots en français.

Une période d'achalandage importante au vignoble, c'est aussi une opportunité de terminer en beauté la visite d'un client. Que ce soit de demander le nom du beau chien qui accompagne une famille, ou de prendre des nouvelles de leur

expérience en boutique, c'est important pour l'entreprise que chaque personne se sente chez elle et qu'elle ait envie de revenir chez les Lauzon. L'authenticité et une conversation chaleureuse accompagnées d'un sourire sincère sont un gage de succès pour un service à la clientèle exceptionnel et en français.

Alors, si vous aussi avez envie tout comme moi de découvrir le délicieux vin blanc qui porte le prénom de Catherine, tout en contemplant une vue à couper le souffle, avec en prime, l'occasion de vous faire gâter avec un service client personnalisé et en français, contactez dès maintenant le Vignoble Les Vents d'Ange pour planifier votre visite!

**CONSULTEZ LE GUIDE COMPLET POUR  
UN SERVICE À LA CLIENTÈLE EN FRANÇAIS.**

[Voir le guide >](#)



**VIGNOBLE  
LES VENTS D'ANGE**

ESPACE VITICOLE & BUVETTE EXTÉRIEURE

ARTICLE RÉDIGÉ EN COLLABORATION AVEC NATHALIE BRAY DE [LUMINA STRATÉGIES](#) ET OFFERT GRÂCE À LA PARTICIPATION FINANCIÈRE DU SECRÉTARIAT À LA PROMOTION ET À LA VALORISATION DE LA LANGUE FRANÇAISE.



# Appuyons ensemble l'économie d'ici

**Encourager l'achat auprès des  
commerçants locaux, c'est  
participer au dynamisme de  
notre milieu.**

Desjardins Entreprises–Laval-Laurentides  
est fier de les appuyer.

**450 430-8430**

 **Desjardins**  
Entreprises



## À L'ÉCOUTE

# 5 balados captivants!



TITRE  
**Les Dérangeants**

Le podcast de la nouvelle génération d'entrepreneurs! Ce sont 7 jeunes entrepreneurs, dont **Marie-Claude Duquette** du Groupe Triton, qui abordent des sujets diversifiés sans avoir peur de bouleverser les vieux réflexes.



TITRE  
**Histoires d'hypercroissance**

**Cléo Maheux** met en lumière dans son podcast différentes histoires d'hypercroissances en rendant justice aux entrepreneurs et experts passionnés. On y découvre comment ceux-ci font une différence dans la vie des gens!



TITRE  
**Gonflé à Bloc**

**Véronique de l'Aile jeunesse de la CCITB** vous propose des rencontres Gonflées à bloc d'expériences, de motivations et d'inspirations! Découvrez les histoires d'entrepreneurs de la région qui ne manquent pas de dynamisme!



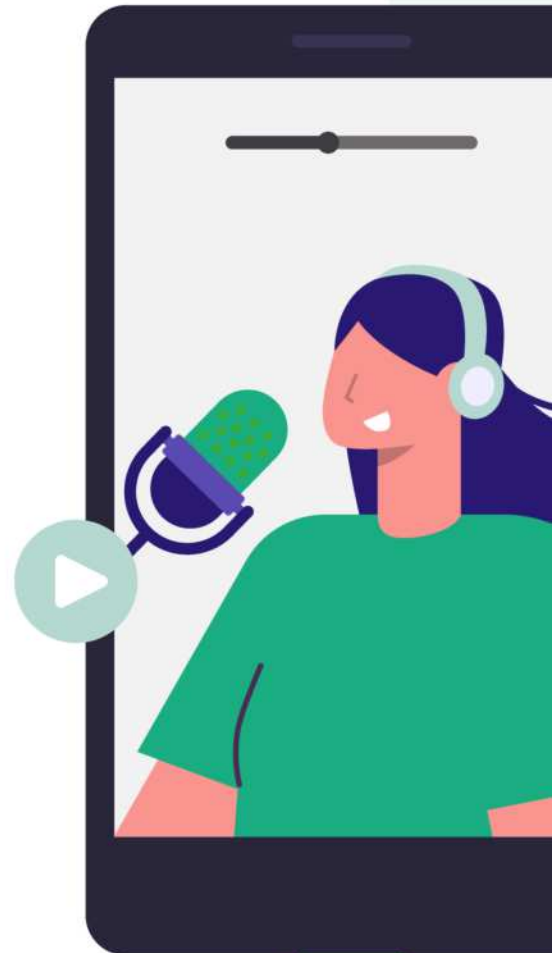
TITRE  
**Entreprendre avec Inédit**

**Marina Dubois** d'Inédit du Nord vous parle d'un sujet qui la passionne : l'entrepreneuriat. Elle met en lumière différentes étapes à franchir lorsqu'on se lance en affaires, nous parle de son parcours et rencontre différents entrepreneurs inspirants!



TITRE  
**Aucun Hasard**

Aucun Hasard est un podcast sur l'entrepreneuriat, l'évolution, les défis, les opportunités, les réussites et les échecs. Ce podcast est la rencontre entre **Najomie Cournoyer et Maxime Jobin**, deux entrepreneurs en chemin vers leur quête ultime de croissance.



# Fidèle à ses valeurs



## Martine Sarrasin, Studio Être Pilates

Depuis 2010, Martine Sarrasin fait une différence dans la vie de centaines de personnes de la région. Pourquoi? Puisqu'elle est la seule à offrir des classes de pilates sur appareil dans la ville de Blainville. Quoi de mieux que de s'entraîner dans un environnement dynamique et chaleureux, en relation corps-esprit? À mi-chemin entre le yoga et le gym, on s'y inscrit, entre autres, pour tonifier, raffermir et travailler ses muscles en profondeur, corriger et améliorer sa posture, sa tonicité, sa mobilité ainsi que sa flexibilité. Il ne s'agit pas d'un entraînement brusque. Plaisir et rires garantis!

La fondatrice, propriétaire et entraîneuse Martine Sarrasin a toujours eu un intérêt particulier pour la danse et le mouvement du corps. N'étant pas une grande sportive, elle aime tout de même bouger et connaît l'importance de faire de l'activité physique. Malgré tout, elle étudie en mode, sa deuxième passion, au Collège LaSalle. À sa sortie

de l'école, elle travaille durant quelques années dans ce domaine pour finalement se rendre à l'évidence qu'il ne lui convient pas. Elle décide alors de prendre un autre chemin de vie, un chemin avec des valeurs qui lui ressemblent davantage. En 2002, elle découvre le pilates sur appareil ; un coup de foudre! À ce moment, elle sait qu'elle vient de trouver sa vocation! Elle suit alors une formation complète dans l'optique de lancer sa propre entreprise. Après l'ouverture du Studio Être Pilates, elle est enfin sur son X, fidèle à ses valeurs.

« Ma mission est d'aider les autres. Savoir qu'une dame de 70 ans a maintenant plus de facilité à sortir de sa voiture, c'est valorisant. Cette méthode n'apporte pas seulement de beaux bras. Elle améliore sincèrement la qualité de vie des gens. »



D'INDUSTRIE THÉRÈSE-DE BLAINVILLE

PORTRAIT D'ENTREPRENEUR

« Ma mission est d'aider les autres. Savoir qu'une dame de 70 ans a maintenant plus de facilité à sortir de sa voiture, c'est valorisant. Cette méthode n'apporte pas seulement de beaux bras. Elle améliore sincèrement la qualité de vie des gens. »

Le profil de sa clientèle comprend des hommes et des femmes, majoritairement de 40 ans et plus, désirant prendre leurs problèmes de santé physique en main et retrouver le plaisir d'être bien dans leur corps. D'autres, plus en forme, s'inscrivent dans l'unique but de prévenir pour mieux vieillir! Les classes, d'un maximum de 6 personnes, permettent d'assurer un service sécuritaire et personnalisé où l'on adapte les exercices à chaque individu.

Ouverts à toute la population, on y offre aussi les services d'un ostéopathe et d'un entraîneur formé en Ostéo-Pilates, une technique qui fusionne exercices en action et traitements. Les résultats sont extraordinaires!

« Le corps est la maison dans laquelle nous habitons toute notre vie. Il nous envoie aussi des signaux, telle une voiture à réparer. Il faut en prendre soin. »

Depuis la réouverture post-covid, le studio a complètement été rénové et offre un nouvel environnement lumineux et zen. Des cours d'essai gratuits sont d'ailleurs disponibles. C'est à découvrir!



visitez le site Web >

# L'expérience aux mille parfums

**Susan McCarragher, Les savons de la Bastide**

**Créatif : voilà le meilleur mot pour décrire le parcours de vie de Susan McCarragher, l'entrepreneure derrière Les Savons de la Bastide.**

Elle a eu la chance de grandir dans une famille qui entretenait une belle relation avec la nature et l'environnement. Les passions qu'elle possède aujourd'hui proviennent notamment de sa mère, nous confie-t-elle. La médecine naturelle, l'alimentation végétarienne et les soins purs étaient, entre autres, des piliers importants dans son développement.

« Pour moi, les soins corporels sont comme une continuité de l'alimentation saine. Je veux offrir aux autres ce que je m'offre à moi sans compromis. Je veux prendre soin des autres par le biais de mes produits. »

Cela fait maintenant 13 ans que Susan œuvre dans le domaine des soins corporels et de la fabrication de savons. Dans ses mots, c'est une véritable « aventure humaine ». Elle a eu la chance de faire des voyages qui lui ont permis d'approfondir ses connaissances par rapport aux savons et aux soins du corps, dont un voyage en Provence, en France. Fait intéressant à mentionner, le mot bastide signifie maison de campagne en provençal, d'où le nom de son entreprise Les Savons de la Bastide.

« Que faisons-nous dans une maison? Il y a la cuisine, la salle de bain, etc... Il y a beaucoup de choses qui se passent dans ces pièces. Pour moi, elles représentent l'art de vivre au quotidien. »

En expliquant comment elle fabrique ses produits et à partir de quels ingrédients, nous ressentons l'importance de l'achat et de la fabrication local. Que ce soit pour des fleurs, du miel, des herbes ou même du lait, elle s'assure d'acheter le plus souvent chez des producteurs locaux. Elle fait notamment affaires

« Une de mes plus grandes passions est de donner vie à quelque chose qui n'existe pas. Quand je coule un moule de savon, c'est comme si c'était encore la première fois. Je ressens cette même joie. »

avec des producteurs comme *Intermiel* à Mirabel, la *Clef des champs* à Val-David et même *La Moisson* (les premiers à recevoir ses savons en magasin) afin d'offrir des produits frais, naturels et purs.

En lui demandant de décrire son parcours entrepreneurial en un mot, Susan a décidé de choisir le terme « éducatif ». Son entreprise lui a permis d'en apprendre davantage sur le service à la clientèle, sur la communication avec différentes personnes ainsi que sur la réception de commentaires par rapport à ses produits et à ses services. Ces apprentissages, dit-elle, continuent à lui servir à ce jour.

Susan a créé un trio de savons répondant aux goûts de toute la famille que vous pourrez vous procurer dès maintenant dans les magasins *Rachelle-Béry* du Québec.

Malgré ce côté excitant qui vient avec le développement d'une entreprise, elle affirme vouloir garder

son authenticité. Les valeurs humaines qu'elle possède et qui font vivre son entreprise ne changeront jamais : « Il faut savoir dire non parfois, mais il faut aussi savoir dire oui lorsque c'est la bonne chose. »

« Une de mes plus grandes passions est de donner vie à quelque chose qui n'existe pas. Quand je coule un moule de savon, c'est comme si c'était encore la première fois. Je ressens cette même joie. »



visitez le site Web >



AU  
**DELÀ**  
**DE L'IMAGE**

Il y a l'émotion, une émotion qui nous inspire et nous passionne!

**PHOTOGRAPHIES  
PROFFESIONNELLES**

Portraits  
Architecture  
Culinaire  
Évènements

**PRODUCTION  
VIDÉO**

Vidéo corporatif  
Promotionnel  
Web série promotionnel  
Service de web diffusion

*Parlez-nous de votre projet !*

En affaires depuis 1998, EMD-Batimo est un des leaders de l'industrie de la construction et de l'immobilier au Québec, agissant à titre de développeur, constructeur et opérateur dans la majorité de ses projets. Forte de ses 25 ans d'expérience, l'entreprise est à l'écoute de sa clientèle afin de lui offrir un produit unique, distinct et répondant à ses besoins, tout en assurant des standards de qualité supérieure.




PROJETS À USAGES MIXTES



CONDOS



ESPACES DE BUREAUX



COMPLEXES POUR RETRAITÉS



COMPLEXES LOCATIFS 55+

**DISTRICT**<sub>mc</sub>  
COMPLEXE D'AFFAIRES

23

**DES BUREAUX INSPIRANTS** POUR ASSEoir LE PRÉSENT ET CRÉER LE FUTUR

Espaces à louer disponibles à *Boisbriand*

**514 209-2311**

# Une solopreneure bien entourée

**Katheryne Boileau, Kanari**

**La création d'une image de marque, le design graphique, les imprimés et divers outils promotionnels, sont tous des services auxquels les entreprises ont recours. Dès le jour 1, ces étapes sont cruciales puisqu'elles donnent le ton, la couleur et la notoriété à une marque, en plus de la démarquer de la concurrence.**

Katheryne Boileau a toujours eu en tête de posséder, un jour, sa propre entreprise. Designer graphique de formation, elle possède également un baccalauréat en arts, profils publicité, relations publiques et marketing. À ses débuts, elle occupe un emploi à temps plein dans un studio de publicité, tout en travaillant sur des contrats à la pige les soirs et fins de semaine. Nul doute pour elle ; son besoin de tisser des liens directs avec les clients devait être comblé,

ce qui était plus difficile en agence. Ouvrant tout d'abord à son compte, elle lance ensuite Kanari.

Sa formation multidisciplinaire lui permet d'aller au-delà de la création graphique, en offrant une approche intégrée ; de la création à la production du concept, jusqu'à sa mise en valeur. Bouillonnant constamment d'idées, elle se distingue par sa rigueur et son efficacité. Elle mentionne d'ailleurs qu'il s'agit d'une force qui évite les allers-retours avec les clients qu'elle accompagne. Trouver une vision commune est primordiale et c'est pourquoi la communication est à la base de son travail.

« Partir de rien, c'est quelque chose qui m'allume beaucoup. Bâtir, mettre un bébé au monde et le voir continuer d'évoluer par lui-même me comble de bonheur. »

« Passionnée par mon métier, je n'ai pas l'impression de faire une job plate. J'aime trouver de nouvelles idées et répondre à un besoin avec un impact qui crée une différence dans l'entreprise et qui l'amène ailleurs. »

Katheryne Boileau est, sans aucun doute, une fille d'équipe. Elle soutient d'ailleurs que la hiérarchie ne fait pas vraiment partie de son vocabulaire. Pour elle, chacun a ses forces et l'équité s'applique entre collègues et avec ses clients. Bien que la majorité de ses projets soient effectués en solo, elle n'hésite jamais à faire appel à ses meilleurs collaborateurs pour lui prêter main-forte à la pige, lorsque nécessaire.

« J'aime avoir du *fun* et que ce soit dynamique. Chaque projet est un cadeau et je veux *tripper* avec mes clients. Je souhaite joindre l'utile à l'agréable tout en donnant un service de qualité. »

Sa clientèle provient uniquement de recommandations par bouche à oreille. Voilà une belle preuve d'appréciation de ses services!

« Passionnée par mon métier, je n'ai pas l'impression de faire *une job plate*. J'aime trouver de nouvelles idées et répondre à un besoin avec un impact qui crée une différence dans l'entreprise et qui l'amène ailleurs. »

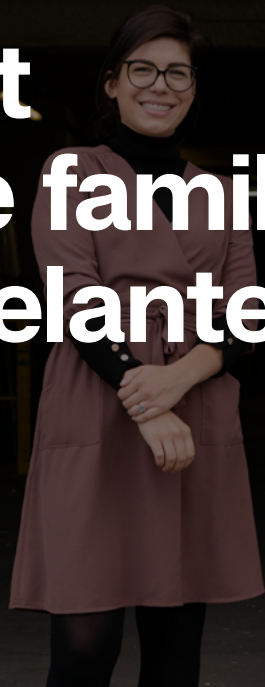
Son objectif à long terme ; être consultante/alliée pour les entreprises qui n'ont pas de département graphique à l'interne. En bref, devenir un membre de l'équipe... mais à distance. Pas bête comme idée!

Besoin d'un coup de pouce créatif? Faites appel à Kanari!



visitez le site Web >

# Reflet d'une famille étincelante



CH

LE

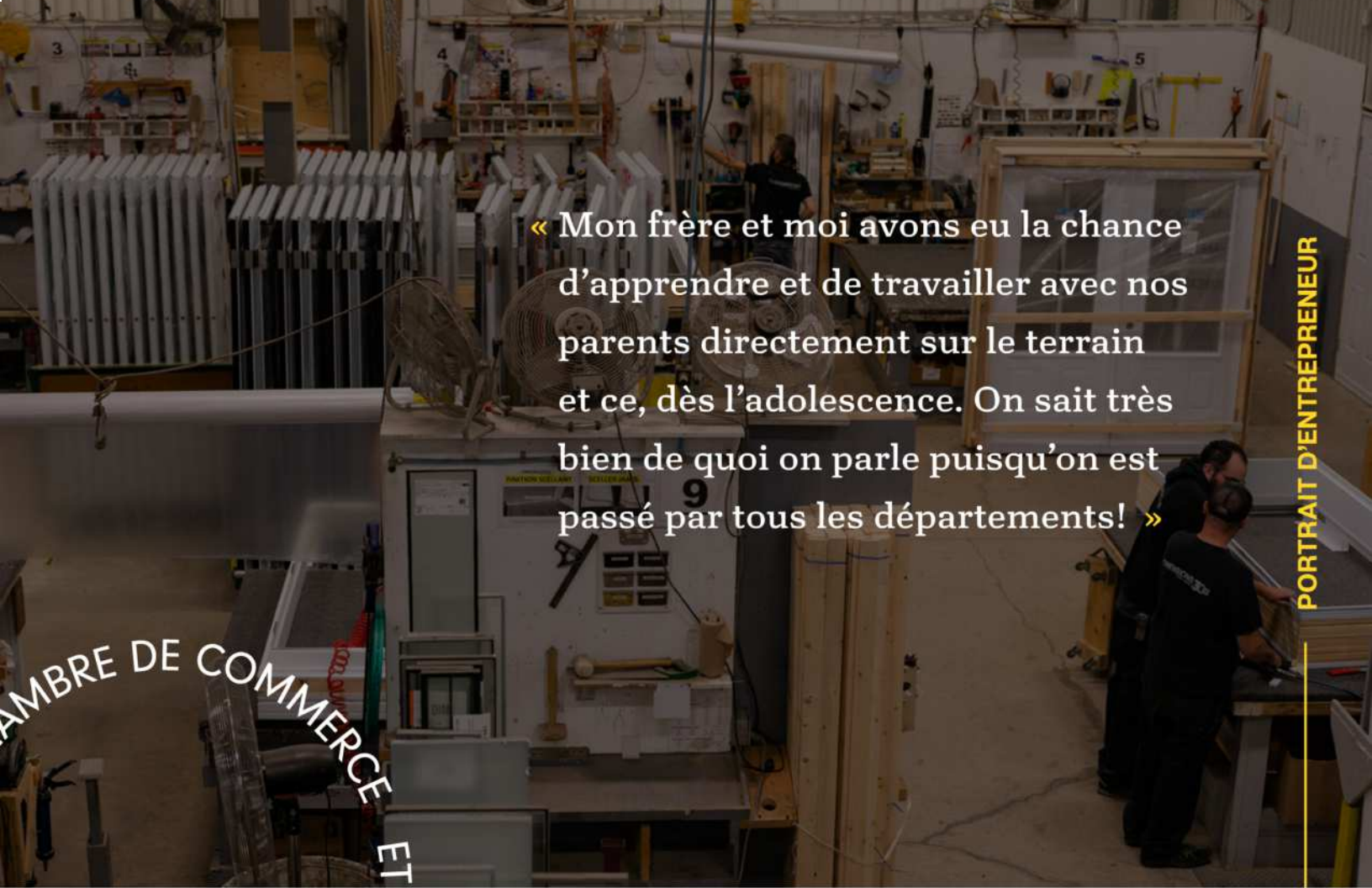
## Mathieu Audette, Dimensions Portes et Fenêtres

L'entreprise Dimensions Portes et Fenêtres est une affaire de famille. Innovant depuis maintenant plus de 30 ans, elle est opérée par son fondateur, son épouse ainsi que leurs deux fils. La compagnie a toujours gardé le focus sur la qualité des produits et l'excellent service aux clients. Manufacturier de produits standards, il se spécialise également dans le sur-mesure. Les produits, élaborés et assemblés localement, sont disponibles à travers tout l'est du Canada uniquement par le biais de distributeurs spécialisés tels que *BMR*, *Rona* et *Home Hardware*, pour ne nommer que ceux-ci.

« Mon frère et moi avons eu la chance d'apprendre et de travailler avec nos parents directement sur le terrain et ce, dès l'adolescence. On sait très bien de quoi on parle puisqu'on est passé par tous les départements! »

Initialement située à Saint-Eustache, l'entreprise ne produisait que des portes résidentielles. Rapidement devenue une référence dans la région, elle connut une forte croissance. À ce jour considérée comme le plus gros fabricant de portes au Canada, son usine fait maintenant partie du paysage de la ville de Boisbriand.

Avec des partenaires ainsi que des distributeurs lui suggérant d'offrir une gamme complète de produits, l'entreprise ajoute une corde à son arc en se lançant dans la production de fenêtres, il y a sept ans. Deux ans après le lancement de cette nouveauté, la famille Audette doit se rendre à l'évidence ; l'usine est déjà trop petite pour combler cette demande grandissante! C'est ainsi que l'usine de Terrebonne vit le jour. À la grande surprise de tous, Dimensions Portes et Fenêtres voit alors son chiffre d'affaires doubler. Une belle fierté pour l'équipe!



« Mon frère et moi avons eu la chance d'apprendre et de travailler avec nos parents directement sur le terrain et ce, dès l'adolescence. On sait très bien de quoi on parle puisqu'on est passé par tous les départements! »

AMBRE DE COMMERCE ET

PORTAIT D'ENTREPRENEUR

Ce qui distingue particulièrement Dimensions Portes et Fenêtres est son vaste réseau de distributeurs couvrant l'entièreté du Québec, jusqu'au centre de l'Ontario et même les provinces maritimes! D'ailleurs, l'entreprise possède sa propre flotte de transport avec rien de moins que quinze camions et une trentaine de remorques.

« Notre équipe interne de chauffeurs est une force et est très appréciée par nos clients. »

Ce n'est pas un secret pour personne, la pandémie a créé un effet d'engouement pour la rénovation et ce, partout au pays. Les besoins étant plus nombreux, la matière première est plus difficile à se procurer. L'entreprise doit constamment s'adapter à cette situation incomparable ; du jamais vu... et vécu!

En mode solutions tous les jours, l'équipe met en priorité la satisfaction de ses clients même si, parfois, certains enjeux sont définitivement hors de leur contrôle.

« J'aimerais grandement remercier nos travailleurs et notre fidèle clientèle, car la dernière année n'a pas été facile. Merci à tous d'avoir confiance en nous. »

Pssst... Un projet d'agrandissement de l'usine de Terrebonne est dans l'air... C'est à suivre!

**DIMENSIONS**  
PORTES | FENÊTRES

visitez le site Web >

# Calendrier 2021-2022.

La CCITB propose de multiples activités de formation et de réseautage qui vous permettront de propulser le succès de votre entreprise.

Suivez notre programmation à jour au [www.ccitb.ca](http://www.ccitb.ca).

évoluer.

connecter.

s'informer.

se mobiliser.

évoluer.

## CONFÉRENCES

### LES insp!rants

**Mode solution**  
10 NOVEMBRE 2021

**Leader positif**  
2 FÉVRIER 2022

**Les inspirants - à définir**  
18 MAI 2022

**Reprendre et entreprendre**  
8 DÉCEMBRE 2021

**Les inspirants - à définir**  
13 AVRIL 2022

## FORMATIONS

### Parcours de développement

**Adapter sa culture d'entreprise pour mobiliser**  
DÉBUT DE LA COHORTE MARS 2022

**Assurer la croissance de son entreprise (start up)**  
DÉBUT DE LA COHORTE FÉVRIER 2022

**Améliorer votre expérience client**  
DÉBUT DE LA COHORTE 30 NOVEMBRE

**Bootcamp hypercroissance**  
DÉBUT DE LA COHORTE FÉVRIER 2022

**Développer vos aptitudes d'entrepreneur (travailleur autonome)**  
DÉBUT DE LA COHORTE FÉVRIER 2022

**M<sup>3</sup>i Supervision : l'essentiel**  
DÉBUT DE LA COHORTE FÉVRIER 2022

**M<sup>3</sup>i Supervision : l'enrichi**  
DÉBUT DE LA COHORTE FÉVRIER 2022

## WEBINAIRES



### FINANCES SIMPLIFIÉES

**Évaluez la valeur de votre entreprise**  
22 FÉVRIER 2021, 9 H À 10 H

**Tout sur la fiscalité immobilière**  
30 MARS 2022, 9 H À 11 H 30

**La technologie au service de vos finances**  
28 AVRIL, 9 H À 11 H

**Faites parler vos chiffres**  
24 MAI 2021, 9 H À 10 H 30

**L'ABC du contrat commercial**  
10 MAI 2022, 9 H À 11 H 30

### MARKETING PERCUTANT

**Stratégie de contenu performante**  
2 DÉCEMBRE 2021, 9 H À 11 H

**Révolution majeure au niveau numérique**  
9 FÉVRIER 2022, 9 H À 11 H

**Exploitez le maximum de vos données numériques**  
17 MARS 2022, 9 H À 11 H

**Optimise ton compte Google Mon entreprise**  
12 AVRIL 2022, 9 H À 11 H

**L'ABC du SEO**  
11 MAI 2022, 9 H À 11 H

### OUTILS TECHNOS PERFORMANTS

**Suite Office 365 et ses outils**  
1<sup>ER</sup> DÉCEMBRE 2021, 9 H À 10 H 30

**La base du Web : introduction au marketing numérique**  
7 DÉCEMBRE 2021, 11 H 30 À 13 H

**Les dessous de l'infonuagique**  
1<sup>ER</sup> FÉVRIER 2022, 9 H À 10 H 30

**Teams, un outil de collaboration**  
23 MARS 2022, 9 H À 10 H 30

**Cybersécurité et dark web**  
19 AVRIL 2022, 11 H À 13 H 30

**Stratégie de sauvegarde**  
8 JUIN 2022, 11 H À 13 H 30

### RH INNOVANTES

**Recruter sur les réseaux sociaux**  
17 NOVEMBRE 2021, 9 H À 10 H 30

**Quelles sont les motivations qui propulsent vos équipes?**  
7 AVRIL 2022, 9 H À 11 H 30

**Démystifier l'équité salariale**  
1<sup>ER</sup> JUIN 2022, 9 H À 10 H 30

### LEADERSHIP STRATÉGIQUE

**Le Design Thinking : comment innover à l'aide d'une approche centrée sur l'humain?**  
4 NOVEMBRE 2021, 9 H À 11 H

**Reconnaissance et rétroaction : pourquoi, à qui, comment?**  
30 NOVEMBRE 2021, 9 H À 10 H 30

**L'efficacité en affaires, une question d'équilibre**  
17 FÉVRIER 2022, 9 H À 10 H

**La bienveillance, moteur de performance**  
17 FÉVRIER 2022, 9 H À 10 H 30

**Une communication efficace**  
22 MARS 2022, 9 H À 10 H

**B Corp : Comment redéfinir le succès en affaires**  
19 MAI 2022, 9 H À 10 H 30

FORMATIONS

# optimise TON réseautage.

## ATELIER POUR BIEN SE PRÉSENTER

- 25 NOVEMBRE 2021, 9H À 12H
- 12 JANVIER 2022, 9H À 12 H
- 24 FÉVRIER 2022, 13 H À 16 H
- 7 AVRIL 2022, 13 H À 16 H
- 26 MAI 2022, 9 H À 12 H

## INTELLIGENCE ÉMOTIONNELLE ET RELATION D'AF-FAIRES DURABLE

- 10 NOVEMBRE 2021, 8H 30 À 10 H
- 10 FÉVRIER 2021, 8 H 30 À 10 H

## BIEN S'INTÉGRER ET DÉVELOPPER SON RÉSEAU

- 3 DÉCEMBRE 2021, 8 H 30 À 10 H (VIRTUEL)
- 29 MARS 2022, 8 H 30 À 10 H (VIRTUEL)
- 17 MAI 2022, 8 H 30 À 10 H

RÉSEAUTAGE

# développe TON réseau.

- 16 NOVEMBRE 2021, 8 H À 9\* H 30 (VIRTUEL)
- 25 JANVIER 2022, 16 H À 18 H
- 16 FÉVRIER 2022, 8 H À 9 H 30 (VIRTUEL)
- 20 AVRIL 2022, 8 H À 10 H
- 12 MAI 2022, 16 H À 18 H

## femmes en affaires.

### LES MIDIS FEMMES EN AFFAIRES

- 4 NOVEMBRE, 12 H À 13 H 30
- 9 FÉVRIER 2022, 12 H À 13 H 30
- 10 MARS 2022, 12 H À 13 H 30
- 4 MAI 2022, 12 H À 13 H 30

### LES INSPIRANTES

- 9 DÉCEMBRE, 9 H À 10 H 30
- 2 JUIN, 9 H À 10 H 30

## aile jeunesse.

### LES MIDIS AJ

- 26 JANVIER 2022, 12 H À 13 H 30
- 25 MAI 2022, 12 H À 13 H 30

### 5 À 7 AILE JEUNESSE

- 23 FÉVRIER 2022, 17 H À 19 H
- 15 JUIN 2022, 17 H À 19 H

## Les incontournables

**Midi de Noël**  
15 DÉCEMBRE, 11 H 30 À 14 H

**Cocktail de la présidence**  
19 JANVIER 2022, 17 H À 19 H

**Souper Tournant**  
6 AVRIL 2022, 17 H 30 À 21 H 30

**Gala Stellar**  
À SUIVRE

**Tournoi de golf**  
À SUIVRE

NOS AILES LOCALES

## gest. SAINTE-THÉRÈSE

**Diners des budgets**  
25 JANVIER 2022, 11 H 30 À 13 H 30

**Apéros annuel**  
17 MAI 2022, 17 H À 19 H

## agar. ROSEMÈRE

**Diners des budgets**  
27 JANVIER 2022, 11 H 30 À 13 H 30

**Apéros annuel**  
20 MAI 2022, 17 H À 19 H

## rgab. BOISBRIAND

**Diners des budgets**  
14 DÉCEMBRE 2021, 11 H 30 À 13 H 30

**Apéros annuel**  
9 MAI 2022, 17 H À 19 H



Découvrez comment maximiser votre abonnement





Le meilleur choix  
*Depuis 1983*

Plus de  
**10 000 \$**  
en prix



**Visitez-nous  
en décembre !**

Un gagnant à chaque jour  
du 1<sup>er</sup> au 24 décembre.  
Avec tout achat.\*\*

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

\* 4 finalistes seront pigés le 26 décembre à 15 h parmi tous les gagnants du mois dans nos 4 magasins participants. Le tirage du grand prix de 2500 \$ d'épicerie sera effectué le 26 décembre à 15 h parmi les 4 finalistes. Les 3 autres finalistes recevront 1000 \$ d'épicerie chacun.  
\*\* Les achats doivent être effectués lors d'une même transaction. Les achats sont calculés sur le prix de la marchandise avant taxes, à l'exclusion des produits du tabac, billets de loterie, titres de transport, cartes-cadeaux, articles vivo | Villeroy & Boch et tout autre et tout autre produit là où la loi l'interdit.  
Voir détails en magasin. Une transaction gagnante par jour, choisie aléatoirement parmi toutes les transactions du 1<sup>er</sup> au 24 décembre 2021. Le concours s'adresse aux résidents du Québec et du Nouveau-Brunswick âgés de 18 ans ou plus.  
Le gagnant devra répondre correctement à une question d'habileté mathématique. Détails et règlement du concours disponibles au comptoir du service à la clientèle des supermarchés IGA et IGA extra participants.