

MAGAZINE

CHAMBRE AVEC VUE

Magazine d'information destiné
au milieu économique de
la MRC de Lac-Saint-Jean-Est

MARS 2018 - Volume 32, numéro 3

PROFIL

AUDREY LAFLAMME
LAFLAMME J.E. NOUVEAUTÉS

La face cachée du
harcèlement sexuel
au travail

L'Indice entrepreneurial
québécois 2017

Éduquer pour vendre

CCI
Chambre de commerce
et d'industrie Lac-Saint-Jean-Est



CADILLAC XT5 2017 À TRACTION INTÉGRALE



*RABAIS DE
12 500 \$

SEULEMENT 2
EN INVENTAIRE

N° STOCK 7-5231 / 7-5243



* Détails en magasin
Basé sur un PDSF de 57 505 \$



ANNIPIER SIMARD

**PRÉSIDENTE DE LA CHAMBRE
DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE
LAC-SAINT-JEAN-EST**

Deloitte



Malgré la température glaciale des derniers mois, plusieurs enjeux qui vous préoccupent en tant qu'entrepreneurs ont été des sujets chauds pour la Chambre de commerce et d'industrie Lac-Saint-Jean-Est. La réforme fiscale Morneau, l'imposition de droits compensatoires sur le papier journal, l'augmentation du salaire minimum et l'arrêt de l'approvisionnement auprès de Nutrinor par McDonald's en sont de bons exemples. Ce sont tous des dossiers sur lesquels vous, nos membres, avez dû vous faire entendre. Nous avons été animés par le désir de faire évoluer positivement ces enjeux et espérons avoir été à la hauteur de vos attentes. La Chambre a été très active dans ces différents dossiers politiques pour vous représenter, sous une même voix forte. Je tiens à vous rappeler que la Chambre de commerce et d'industrie Lac-Saint-Jean-Est existe PAR vous et POUR vous. Ensemble, nous sommes la force de notre réseau.

Ce printemps, nous nous pencherons sur la pénurie de main-d'œuvre et sur la rétention du personnel. Hier, c'était une menace; aujourd'hui, c'est une réalité. Oui, à l'ère du numérique et de l'industrialisation, nous devons innover et nous tourner vers l'automatisation et la robotisation. Cependant, l'intervention humaine demeure nécessaire au bon déroulement des opérations. Nous sommes conscients que lorsque l'énergie est mise à monter une équipe, il devient difficile d'innover, de répondre aux exigences de la clientèle, de demeurer compétitif. Par la tenue du 2^e Rendez-vous de l'emploi par la Chambre de commerce et ses partenaires le jeudi 5 avril 2018, nous désirons créer une occasion privilégiée pour les employeurs et les chercheurs d'emploi de se rencontrer. Nous vous y attendons en grand nombre.

Sur ce, espérons l'arrivée hâtive du printemps et bonne lecture!

4 Cindy Boulianne Gagnon
La face cachée du
harcèlement sexuel
au travail

7 Éduquer
pour vendre

8 Audrey Laflamme
Laflamme J.E. Nouveautés
Évoluer avec son milieu

10 L'Indice entrepreneurial
québécois 2017

12 Entretien avec
Robert St-Laurent
Bâisseur de notre région

13 Devenez un
employeur de choix!

15 La promotion des
saines habitudes de vie

VENTE, CONCEPTION ET IMPRESSION : GRAPHISCAN

RÉDACTION : MARIE-CLAUDE DESCHÈNES

RÉVISION : MADELEINE GAGNON, KATHLEEN VOYER ET STÉPHANIE TÊTREULT

PHOTOGRAPHIE : ÉLISE BOUCHARD

COLLABORATION : CINDY BOULIANNE GAGNON

Le magazine *Chambre avec vue* est publié par la Chambre de commerce et d'industrie Lac-Saint-Jean-Est : 640, rue Côté Ouest, Alma (Québec) G8B 7S8
418 662-2734 • cci@ccilacsaintjeanest.com • www.cciacsaintjeanest.com

Partenaires



CINDY BOULIANNE GAGNON

SEXOLOGUE ET ACCOMPAGNANTE PÉRINATALE

LA FACE CACHÉE DU HARCÈLEMENT SEXUEL AU TRAVAIL

DANS CHAQUE
NUMÉRO DU
MAGAZINE,
LA CHAMBRE DE
COMMERCE ET
D'INDUSTRIE
LAC-SAINT-JEAN-EST
VOUS PRÉSENTE UNE
PERSONNALITÉ
PUBLIQUE QUI
PARTAGE SA VISION
D'UN SUJET
D'ACTUALITÉ.



Cindy Boulianne Gagnon
Sexologue et accompagnante périnatale
Travailleuse autonome

Dans la foulée des dénonciations médiatiques de la fin de 2017, plusieurs questions ont été soulevées. Qu'avez-vous retenu de cette parole publique? Avez-vous fait le point par rapport à votre réalité dans votre milieu de travail? Parmi les gestes identifiés comme des agressions sexuelles, il existe un acte qui passe souvent inaperçu, car il est minimisé et laisse plusieurs témoins dans le silence.

De quoi s'agit-il?

Souvent perçu à tort comme une blague ou une tentative de séduction, le harcèlement sexuel se traduit par des gestes inappropriés, des propos dégradants, des contacts physiques et la sollicitation de faveurs sexuelles non désirées et/ou une attitude provocante à connotation sexuelle. En plus de porter atteinte à l'intégrité et à la dignité de la personne, le harcèlement sexuel peut avoir des impacts sur l'ambiance de travail et nuire à toute l'équipe.

Inacceptable!

Peu importe de qui viennent les propos et quel rôle joue cette personne dans l'entreprise, le harcèlement sexuel doit être dénoncé. Bien que les écrits affirment que les femmes sont plus souvent victimes de harcèlement sexuel, cela ne veut pas dire que les hommes ne peuvent pas en subir. D'ailleurs, sauriez-vous le reconnaître? Les

entreprises se dotent généralement d'une politique inspirée de la *Charte des droits de la personne* concernant le harcèlement sexuel. Passant par des avertissements sérieux à des congés forcés, ces politiques doivent être claires et s'appliquer lorsqu'une situation de harcèlement se présente.

Les alliés

En règle générale, les ressources humaines sont les personnes vers qui se tourner afin de vous guider à propos des règles concernant votre organisation. Toutefois, selon la *Loi sur les normes du travail*, le harcèlement sexuel s'inscrit dans le harcèlement psychologique. Une plainte peut donc être formulée. Consultez le site de la Commission des normes, de l'équité, de la santé et de la sécurité du travail (CNESST) pour en apprendre plus sur le sujet. Les Centres d'aide aux victimes d'actes criminels (CAVAC) peuvent également soutenir la personne qui vit du harcèlement, et ce, même si celle-ci décide de ne pas porter plainte à la police. Dans le besoin, consultez un professionnel afin de faire le point sur votre situation.

Pour ce qui est des gestionnaires, il leur est fortement recommandé de faire de la prévention afin d'envoyer un message clair. Lorsqu'une situation se présente, il leur est impératif d'intervenir afin d'offrir un milieu de travail sain et sécuritaire. En agissant ainsi, vous traduirez des valeurs d'égalité et de respect au sein de votre entreprise.

Finalement...

La prochaine fois que vous aurez un rire de malaise concernant une blague déplacée dans votre milieu, pensez à la personne devant vous et osez porter un petit geste pour faire une différence.

Ensemble, prenons position! ■

Sources et références :

www.educaloi.qc.ca/capsules/le-harcelement-sexuel-au-travail

www.cnt.gouv.qc.ca/publications/chroniques/articles-rediges-par-des-specialistes-de-la-cnt-pour-des-revues-externes/le-harcelement-sexuel-au-travail/index.html

<https://drive.google.com/file/d/0B3yYFGRirpEVINWdKJxYm5wYVU/view?ths=true>

SUSPENSION **TURCOTTE** ALMA



**MAINTENANT
3 DÉPANNÉUSES
POUR VÉHICULES
LOURDS,
MOTORISÉS,
ROULOTTES ET
FIFTH WHEELS**



**RÉPARATION COMPLÈTE
POUR MOTORISÉS, ROULOTTES
ET FIFTH WHEELS**

**ATELIER DE
MÉCANIQUE ET CARROSSERIE**

Succursale du Saguenay



205, rue des Laurentides
Chicoutimi



**LE SEUL
VRAI**

**SPÉCIALISTE
EN REMORQUAGE
DE VÉHICULES LOURDS**

T 418 668-4501

970, avenue Bombardier, Alma

www.suspensionturcottealma.com





NOUVEAUX PROGRAMMES D'AIDE À LA RÉNOVATION POUR LES BÂTIMENTS DE 20 ANS ET +

Il y a plus d'un an, soit le 16 janvier 2017, le conseil municipal de la Ville d'Alma adoptait le *Plan stratégique de développement durable*.

Ce plan avait fait l'objet de trois consultations publiques l'automne précédent auprès des intervenants économiques, sociaux et environnementaux du milieu.

En regard du milieu bâti, la Ville d'Alma perçoit comme un enjeu de développement durable d'assurer la pérennité des bâtiments existants, c'est-à-dire la préservation ou même l'augmentation de leur valeur et de leur attrait dans le temps.

COMMERCIAL

À cette fin, la Ville d'Alma a adopté un premier programme de soutien financier à la rénovation commerciale le 21 décembre dernier, lequel prévoit :

- Un crédit d'impôt foncier d'un an sur l'augmentation de valeur d'un bâtiment commercial de 20 ans et plus résultant de sa rénovation ou de son agrandissement;
- Une subvention de 20 % du coût des travaux, jusqu'à concurrence de :
 - 2 000 \$ pour l'ajout d'un socle à une enseigne existante sur poteau;
 - 5 000 \$ pour l'harmonisation des enseignes sur mur de bâtiments comportant plus d'un établissement commercial;
 - 10 000 \$ pour l'harmonisation des enseignes sur mur des centres commerciaux.



RÉSIDENTIEL

Le second programme constitue un incitatif à la rénovation des bâtiments résidentiels de 20 ans et plus. L'approche privilégiée :

- met à profit l'expertise reconnue d'OBNL almatois dédiés à la rénovation harmonieuse sur le plan architectural et contribuant à des économies d'énergie, du Service d'aide à la rénovation patrimoniale et de Négawatts Production;
- se veut un complément aux programmes municipaux existants :
 - soutien financier à la rénovation patrimoniale des bâtiments assujettis à un règlement sur les PIA;
 - soutien technique à la rénovation résidentielle;
 - subvention à la plantation d'arbres;
- encourage l'obtention par les citoyens d'Alma des subsides disponibles dans un programme gouvernemental (Rénoclimat);
- est ciblée et facilitatrice : la demande de permis fait office de formulaire.

Ce programme étend à toutes les maisons de 20 ans et plus la possibilité d'obtenir une subvention pour :

- 25 % du coût des travaux de restauration ou de pose de revêtements jusqu'à concurrence des seuils suivants :
 - bardeau ou déclin de bois : 1 500 \$;
 - panneau de fibrociment : 750 \$;
 - brique d'argile avec mortier : 2 500 \$ (pour des bâtiments de 60 ans et plus).

Ces seuils peuvent être doublés dans les cas suivants :

- bâtiment de plus d'un étage;
- bâtiment ayant fait l'objet de travaux d'isolation :
 - ayant contribué à l'amélioration d'au moins un point de la cote d'efficacité énergétique dans le second rapport prévu au programme Rénoclimat;
 - évalués par un organisme mandataire de Transition énergétique Québec.

Ils peuvent également être bonifiés dans les cas suivants :

- harmonisation d'un garage à une maison rénovées (500 \$);
- ornementation des ouvertures par des encadrements (200 \$);
- 20 % du coût des travaux de rénovation ou de construction de galeries (500 \$);
- 20 % du coût de démolition de bâtiments vétustes au centre-ville :
 - Maison ayant comporté 3 logements ou moins : 2 500 \$;
 - Maison ayant comporté 4 logements ou plus ou un établissement commercial : 5 000 \$.

ÉDUQUER POUR VENDRE

À l'ère de la démocratisation du savoir, les vendeurs doivent se donner comme mission d'éduquer leur clientèle. Non seulement pour la conquérir, mais également pour la fidéliser.

La multiplicité des plates-formes, des réseaux de diffusion et des fournisseurs oblige les vendeurs à revoir leurs techniques. La vente ne se résume plus à cibler un besoin et à le combler. Elle va au-delà : elle devient une expérience qui doit enchanter l'acheteur. Les commerçants doivent maintenant prendre en considération une clientèle variée, de tous âges, de tous les moyens, du débutant au fin connaisseur. Ils doivent l'accompagner dans ses découvertes de produits et/ou de services. Ils doivent savoir répondre à ses questions et la guider dans son processus de décision d'achat afin de l'assurer que sa décision soit réfléchie.

Ce lien de confiance se crée lors du partage des connaissances et de l'expertise du vendeur à sa clientèle. En démontrant son savoir, le vendeur augmente sa crédibilité. Il laisse entrevoir à sa clientèle

que non seulement il détient beaucoup de savoir, mais qu'en plus il le maîtrise assez bien pour le transmettre. En éduquant ainsi sa clientèle, le vendeur témoigne de son intérêt et de sa passion pour le produit ou service qu'il vend. C'est alors que la clientèle peut apprécier pleinement son achat à sa juste valeur, en toute connaissance de cause. Cette reconnaissance de la qualité du produit et du savoir du vendeur ne peut qu'ajouter à la valeur de la vente, qui s'en trouvera facilitée.

Pour conclure, quand il est possible de le faire, il faut oser partager les commentaires des autres clients, les témoignages d'experts, les articles, les critiques ou énumérer les personnalités et les influenceurs qui recommandent le produit. Cet élément conforte le client dans sa décision d'achat et lui confirme qu'il a choisi la meilleure option. La fidélisation de la clientèle se fera alors d'elle-même. Il est important de garder en tête qu'il n'y a pas de meilleure publicité qu'un client satisfait. ■

mallette.ca

Avec vous, là où ça compte.

Ensemble pour le
développement
de la région

Certification
Fiscalité
Services-conseils
Actuariat
Syndics et gestionnaires

MALLETTE

Société de
comptables professionnels agréés



AUDREY LAFLAMME LAFLAMME J.E. NOUVEAUTÉS ÉVOLUER AVEC SON MILIEU

Marie-Claude Deschênes

Certains commerces fleurissent dans leur milieu et deviennent partie intégrante de l'identité locale. C'est le cas de Laflamme J.E. Nouveautés, situé à Saint-Cœur-de-Marie. Cet établissement a traversé les décennies, les périodes de crise, tout comme les boums économiques. Ses propriétaires ont également su le faire évoluer, selon les besoins de sa clientèle, à travers les ères et les tendances. Audrey Laflamme, copropriétaire, nous permet un survol de l'historique de ce commerce et de son propre parcours d'employée à propriétaire.

Audrey a commencé à travailler au magasin dès l'âge de 12 ans.. Elle s'occupait principalement des mannequins, des vitrines et de la mise en marché. Rapidement, elle a développé un goût marqué pour la vente-conseil et le service à la clientèle. En prenant de l'âge et de l'expérience, Audrey a vu ses heures de travail augmenter, tout comme ses tâches. Elle a pourtant suivi une formation comme préposée aux bénéficiaires. Puis, finalement, elle a pris un poste au magasin.

« CE SONT LES GENS QUI ME PASSIONNENT. LA PROXIMITÉ QUE L'ON PEUT DÉVELOPPER AVEC NOS CLIENTS. LE COMMERCE COMBLE LE BESOIN DE SE VÊTIR; ON PARTAGE CE MOMENT AVEC EUX », CONFIE AUDREY.



Audrey Laflamme et Nadia Duchesne, copropriétaires de Laflamme J.E. Nouveautés



M. Joseph Eugène Laflamme, le grand-père d'Audrey, a acheté le commerce Ali-Baba Nouveautés en 1975. Par la suite, Jacky et Sylvie, père et tante d'Audrey, ont pris la relève. Jacky s'occupait de la gestion et Sylvie de la comptabilité. Hélène Tremblay, épouse de Jacky, a complété le trio.

« Ce sont les gens qui me passionnent. La proximité que l'on peut développer avec nos clients. Le commerce comble le besoin de se vêtir; on partage ce moment avec eux. On en fait une expérience, on devient une partie de leur histoire. Je pose des questions, je veux savoir pour quelle occasion nos clients magasinent, quel est leur but, ce qu'ils veulent dégager comme impression. Je suis de nature curieuse; c'est donc facile pour moi de le faire. Grâce à cette approche, je conseille mieux. »

Le transfert d'entreprise

Il y a déjà 5 ans que le transfert d'entreprise s'est effectué. Audrey connaissait bien Nadia Duchesne lorsqu'elle l'a approchée pour devenir copropriétaire et prendre la relève de ses parents et de sa tante. Elles avaient déjà travaillé ensemble et elles étaient restées amies.

« Nous avons une approche et une attitude similaires, tout en étant très complémentaires. Nous travaillons dans le même but : conserver une belle dynamique, garder les choses simples et évoluer dans un milieu harmonieux. »

Naturellement, l'arrivée de Nadia a permis d'offrir un nouveau service : devenir fournisseur pour les entreprises. Les deux copropriétaires souhaitaient conserver le but du magasin général lors de son ouverture, en 1947 : offrir de tout, pour tous les budgets, mais dans un seul créneau, les vêtements. Nadia est souvent sur la route et elle va à la rencontre des propriétaires et des dirigeants d'entreprise pour leur offrir les vêtements nécessaires pour les employés : gants, bottes, vêtements et accessoires du milieu de travail. Nadia et Audrey sont satisfaites du service personnalisé qu'elles offrent à cette clientèle, qui a de nombreux besoins.

« Que ce soit pour un travailleur, un amateur de plein air ou une robe de soirée, nous conservons la même ligne directrice dans le choix de nos produits : nous nous assurons que ce soit la qualité des vêtements, du tissu à la confection, qui soit considérée en premier. »

Magasiner en ligne

Les copropriétaires de Laflamme J.E. Nouveautés ont déjà pris le virage web, il y a quelques années. Audrey révèle que Facebook est

simple et efficace, que c'est une porte d'entrée facile chez les gens, qu'il éduque la clientèle en permettant un prémagasiner et en la préparant aux tendances.

« NOUS AVONS UNE APPROCHE ET UNE ATTITUDE SIMILAIRES, TOUT EN ÉTANT TRÈS COMPLÉMENTAIRES. NOUS TRAVAILLONS DANS LE MÊME BUT : CONSERVER UNE BELLE DYNAMIQUE, GARDER LES CHOSES SIMPLES ET ÉVOLUER DANS UN MILIEU HARMONIEUX. »

« Avec le Web, les habitudes de magasinage ont changé. Les gens arrivent en magasin et savent à quoi s'attendre. Notre travail est d'offrir une expérience en boutique, d'accompagner le client, de le laisser essayer, toucher, voir. J'ai grandi dans ce commerce, tout comme ma passion pour la mode. La mode, pour moi, c'est le reflet de notre personnalité; c'est l'image que l'on projette. Comme dans toutes les sphères de la vie, c'est le détail qui est important : c'est lui qui fait la différence. » ■

CE PRINTEMPS, LAFLAMME J.E. NOUVEAUTÉS ENTAME UN PROJET DE RÉNOVATION. AFIN D'OFFRIR À SA CLIENTÈLE UNE MEILLEURE EXPÉRIENCE DE MAGASINAGE, UN NOUVEAU CONCEPT SERA MIS DE L'AVANT. UN SERVICE À LA CLIENTÈLE HORS PAIR AVEC LA MÊME QUALITÉ DE PRODUITS, DANS UN TOUT NOUVEAU DÉCOR!



**Pellicule
pare-pierres**



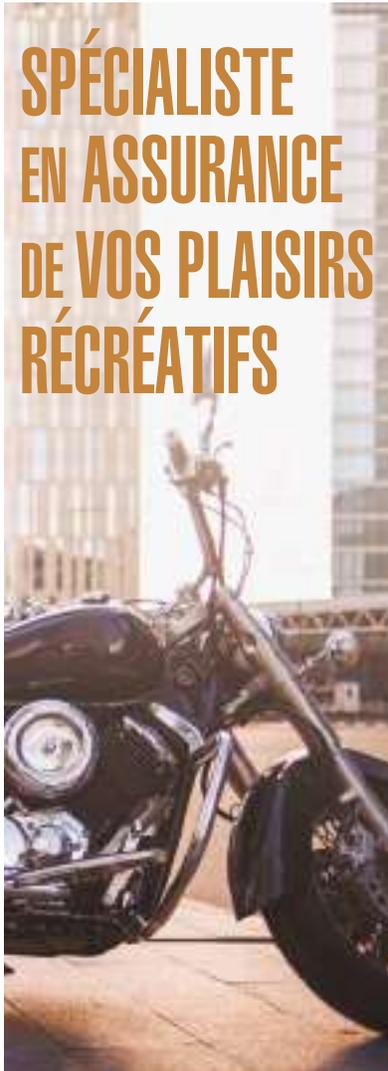
TREMBLAY

Assurance 5000

ASSURANCE



SPÉCIALISTE EN ASSURANCE DE VOS PLAISIRS RÉCRÉATIFS



ALMA
HÉBERTVILLE
MÉTABETCHOUAN-LAC-À-LA-CROIX
ROBERVAL
DOLBEAU-MISTASSINI
JONQUIÈRE
CHICOUTIMI
L'ANSE-SAINT-JEAN

418 662-6414

tremblayassurance.com



L'INDICE ENTREPRENEURIAL QUÉBÉCOIS 2017

Lors du Rendez-vous du Réseau M, qui se déroulait le 1^{er} novembre 2017, le Réseau M de la Fondation de l'entrepreneurship a déposé son rapport sur l'Indice entrepreneurial au Québec.

En plus de mettre en lumière les grands indicateurs de la chaîne entrepreneuriale, il a révélé l'un des plus grands portraits jamais réalisés sur l'entrepreneuriat féminin au Québec, faisant place à des données encourageantes du côté des femmes entrepreneures, jeunes et nouvelles propriétaires d'entreprise.

Principaux constats

Passer des intentions à la démarche entrepreneuriale

Le rapport révèle que le taux d'intention a triplé depuis 2009, autant chez les hommes que chez les femmes, tous âges confondus. On peut également remarquer qu'une proportion plus grande de femmes passe des intentions aux démarches (4,2 fois pour les femmes, comparativement à 2,9 pour les hommes). Toutefois, en nombre absolu, les femmes sont moins représentées que les hommes en entrepreneuriat.

L'entrepreneuriat au féminin

Bien que moins de la moitié de l'ensemble des propriétaires soit des femmes en 2017 (39,8 %), la tendance est revue à la hausse. Du côté des jeunes entrepreneurs, le taux de jeunes femmes propriétaires a augmenté à 42,8 %. Si l'on regarde du côté de la nouvelle entreprise (en activité depuis moins d'un an), le pourcentage de femmes entrepreneures s'établit à 51,4 %.

« Les intentions de se lancer en affaires demeurent élevées, témoignant des efforts de valorisation du métier d'entrepreneur réalisés à ce jour. Il faut maintenant encourager plus de femmes à se lancer en affaires et mettre en valeur celles qui le font déjà afin d'en faire des modèles inspirants pour la jeune génération. Les résultats de l'Indice 2017 laissent présager des conditions favorables pour les jeunes femmes, alors que l'on constate que le taux de propriétaires de nouvelles entreprises est équivalent entre les femmes et les hommes », affirme Michèle Boisvert, première vice-présidente au rayonnement des affaires à la Caisse de dépôt et placement du Québec.

Stabilité des grands indicateurs de la chaîne entrepreneuriale

Les grands indicateurs de la chaîne entrepreneuriale affichent une stabilité par rapport à 2016 :

Indicateurs	2016	2017
Intentions	21 %	21 %
Démarches	9,8 %	9,4 %
Propriétaires	7,5 %	7,5 %
Fermetures	11,3 %	11,3 %

Pour prendre connaissance de l'Indice entrepreneurial québécois, consultez le : www.reseaum.com/indice2017 ■

Source : <https://iebn.hec.ca/indice-entrepreneurial-quebecois-2017>



Nomination chez Environnement Sanivac

M. Robyn Labonté,
président-directeur général, et
M. David Côté, directeur général adjoint,
sont heureux d'accueillir
dans leur équipe
M. Hugues St-Laurent, MBA
au poste de directeur du
développement des affaires.



RÉCUPÉRATION DES HUILES USÉES
AUTOMOBILE, INDUSTRIEL ET AGRICOLE



**RÉCUPÉRATION ET TRAITEMENT
DES EAUX CONTAMINÉES**
AUTOMOBILE ET INDUSTRIEL



DÉVERSEMENT ACCIDENTEL
RÉSIDENTIEL, INDUSTRIEL,
TRANSPORT ET MARITIME



1660, av. de l'Énergie, Alma | 418 662-9696
www.environnementsanivac.com

URGENCE ENVIRONNEMENTALE
1 866 336-9696



ENTRETIEN AVEC ROBERT ST-LAURENT BÂTISSEUR DE NOTRE RÉGION

LA CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE LAC-SAINT-JEAN-EST EST FIÈRE DE VOUS PRÉSENTER DES ENTREPRENEURS QUI ONT CHOISI DE PARTICIPER AU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE ET SOCIAL DE SON TERRITOIRE.

POURQUOI AVOIR CHOISI LE LAC-SAINT-JEAN?

Je suis natif de Sept-Îles. Je suis arrivé à Alma au début de la vingtaine avec ma blonde, native d'ici. À mes débuts, je louais des locaux au sous-sol du Palais des quilles, qui a été incendié. Par la suite, j'étais dans la Grande Maison bleue. J'avais alors une section définie par des murs en polyéthylène. Ma chaufferette suffisait à réchauffer mon secteur! Les visiteurs trouvaient alors bien drôle de rentrer dans mon cocon chauffé. Mes premiers clients étaient diversifiés : du salon de coiffure à l'entreprise manufacturière. Le lettrage, à l'époque, se faisait au pinceau. Il n'y avait pas beaucoup de lettrés, à mon arrivée dans la région. J'ai eu la chance d'être bien accueilli par le milieu.

COMMENT ÊTES-VOUS DEVENU ENTREPRENEUR?

Je suis devenu entrepreneur un peu sans le vouloir. Plus jeune, lorsque je demeurais à Sept-Îles, j'ai vu un lettré faire un design au pinceau sur une automobile de course. C'est alors que j'ai su que c'était ce que je voulais faire. J'ai commencé vers 16 ans, en me faisant proposer divers mandats. Puis, ça a fait boule de neige. Je ne pensais pas que ça allait prendre une telle ampleur! À l'époque, on reconnaissait le style de chaque lettré. Je respectais la typographie qu'on me soumettait; c'est ce qui faisait la différence. J'avais compris qu'il est important de respecter le graphisme des commerçants puisque c'est leur signature. J'ai eu la

chance de faire de ma passion mon métier et je suis toujours animé par cette même passion. Il est naturel pour moi et notre équipe de demeurer à l'affût des nouveautés et des technologies. C'est ce qui permet à l'entreprise d'être à l'avant-garde et d'offrir les meilleurs services.

COMMENT CONTRIBUEZ-VOUS À LA VITALITÉ DE VOTRE MILIEU?

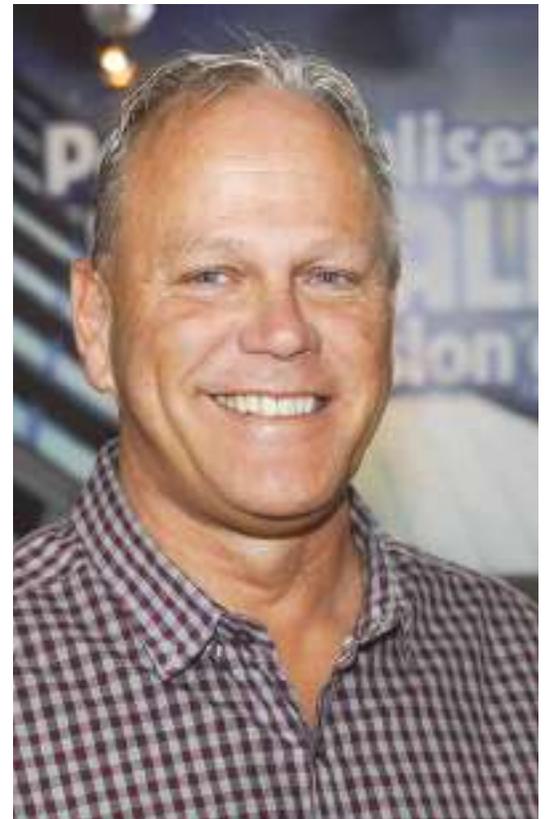
Je me suis impliqué personnellement dans différents organismes de la communauté. L'entreprise le fait également en offrant ses services gracieusement ou à prix moindre. Il est de notre devoir, en tant qu'entrepreneur, de redonner à notre milieu.

QUELLE IMPORTANCE ACCORDEZ-VOUS À LA RELÈVE?

La relève est d'une grande importance. Elle fait face à plusieurs difficultés et doit gagner ses galons. On ne peut plus parler d'une jeune relève. La plupart des transferts d'entreprise se font avec une relève qui se situe dans la quarantaine. Les plus jeunes ont de la difficulté à obtenir du financement. Je crois que la relève sera toujours présente; elle veillera au développement économique de notre communauté.

QUEL CONSEIL DONNERIEZ-VOUS À UN JEUNE ENTREPRENEUR?

Sans aucun doute, de bien s'entourer. Ça fait 33 ans que Lettrage Flash a ouvert ses portes et certains employés sont présents quasiment depuis le début. Nous avons tous la même passion qui nous anime



Entreprise

Lettrage Flash

Passion

Voyages et navigation de plaisance

Maxime

« La vocation, c'est le bonheur d'avoir pour métier sa passion. »

Sa nature

Urbain

Coup de cœur dans la région

Le parcours d'entrepreneur de Robert Naud et d'Annie Archambault de Boutique Première. Je le trouve inspirant! Ainsi qu'une multitude de commerçants clients et amis du Lac-Saint-Jean!

pour ce que nous faisons. Nous travaillons ensemble. Chaque rôle est important et chacun doit aimer son travail. Le chaînon qui nous unit, c'est les enseignes. Nous avons une belle équipe : c'est la base de l'entreprise. ■

DEVENEZ UN EMPLOYEUR DE CHOIX!

Le contexte démographique et économique influe sur différents enjeux auxquels font face les dirigeants d'entreprise. La difficulté de recrutement et de rétention de main-d'œuvre fait partie des réalités quotidiennes. Voici 5 facteurs de rétention pour devenir un employeur de choix :

1- La culture organisationnelle de votre entreprise est un facteur de rétention majeur. Établissez la vision de l'entreprise, les valeurs que vous souhaitez transmettre, le climat dans lequel vous souhaitez travailler, la structure de votre administration, le code de conduite pour tous, le code d'éthique à respecter. Lorsque les balises sont fixées, il est plus facile de les respecter.

2- Établissez la description du poste, mais également le profil du candidat idéal. Définissez clairement ce que vous recherchez, détaillez les tâches attendues au poste, les qualifications requises, les exigences particulières. Enfin, réfléchissez au profil, aux compétences, aux qualités et au savoir-faire du candidat idéal. Gardez en tête l'équipe en place; assurez-vous que le candidat cadre dans le milieu.

3- Accompagnez le nouvel employé. Avez-vous un programme d'accueil ou d'intégration? Prévoyez une visite d'entreprise et présentez-lui les différents intervenants et personnes-ressources qu'il peut consulter. Accompagnez-le dans ses tâches pendant les premiers jours, puis montrez-lui la voie vers l'autonomie.

4- Offrez la possibilité à vos employés de se développer, que ce soit à travers de nouvelles tâches, des défis ou des formations. Permettez-leur de vous montrer leur savoir-faire. Amenez-les à se dépasser. Il n'y a rien de plus gratifiant que d'avoir le sentiment du travail accompli et de le partager.

5- Enfin, ayez de la reconnaissance en manifestant votre appréciation à votre entourage. Chaque rôle est important dans une équipe, alors valorisez le travail de chacun. Développez un esprit d'équipe afin de créer un sentiment d'appartenance au sein de votre entreprise. Faites des réussites entrepreneuriales des réussites partagées.

Au-delà de la rémunération, les conditions de travail proposées, les avantages sociaux ainsi que les possibilités d'avancement seront considérés par les employés. Grandir en tant qu'individu dans un milieu harmonieux favorise également la rétention de personnel. Ces facteurs de rétention sont à considérer non seulement pour le recrutement et la rétention du personnel, mais pour continuer de prospérer. ■



13 salles pouvant accueillir jusqu'à 500 personnes

Plusieurs choix de menus selon votre budget

Grand hall pour cocktail, exposition ou autre

Équipements multifonctionnels

Cuisine adaptée à vos demandes

Deux salles corporatives au restaurant Pacini pouvant recevoir de 12 à 25 personnes

SERVICE PERSONNALISÉ

SEUL CENTRE DE CONGRÈS AU CŒUR DE LA RÉGION



PROMOTIONS

Chambre et petit déjeuner offerts à l'organisateur d'un groupe de 75 personnes et plus avec repas

20 % de rabais sur le prix de salle de jour avec repas du midi pour 10 personnes et plus



hoteluniversel.com

418 668-5912, postes 3357 et 3353

Économiser



AVEC SES **POUBELLES?**
OUI, C'EST POSSIBLE!

Saviez-vous que, depuis sa création, la Régie des matières résiduelles (RMR) offre un service gratuit à tous les ICI (industries, commerces et institutions) du Lac-Saint-Jean voulant optimiser leurs installations de gestion des matières résiduelles, tout en ayant la possibilité de faire des économies substantielles?

En effet, consciente de l'importance environnementale et économique que cela représente, la RMR ne ménage pas les efforts pour accompagner les commerçants du Lac-Saint-Jean qui désirent améliorer leurs pratiques en gestion des matières résiduelles. Que ce soit pour de l'accompagnement, des formations, des conférences ou des références, notre service-conseil est là pour guider les gestionnaires!

Les coûts financiers et environnementaux liés à la collecte et au traitement des déchets sont plus élevés que ceux du recyclage. Une bonne gestion de vos matières résiduelles peut vous être bénéfique. En faisant appel à notre écoconseillère, vous bénéficierez d'un service personnalisé et adapté selon vos besoins.

QUELQUES TRUCS FACILES POUR PARTIR DU BON PIED :



Dans l'objectif de faciliter le tri des matières dans votre milieu de travail, placez toujours deux contenants l'un à côté de l'autre (déchets et recyclage). Vous offrirez ainsi la possibilité à votre personnel et clientèle de faire le bon choix. Un contenant isolé n'offre aucune option à l'utilisateur.



Dès le départ, impliquez votre personnel dans votre démarche afin de recevoir ses idées pour bonifier votre gestion de matières résiduelles. De plus, il y aura une meilleure participation à l'interne.



Dans le but d'éviter les coûts en surplus, assurez-vous que vos contenants extérieurs (bacs roulants ou conteneurs métalliques) soient remplis à leur pleine capacité. Ainsi, les coûts liés à votre service seront « facturés » à leur juste valeur. Par exemple, les coûts liés à la levée d'un conteneur qu'il soit plein ou non seront les mêmes. Il est donc important de connaître les quantités approximatives de vos matières afin d'optimiser votre collecte et d'éviter les frais qui pourraient y être liés.

Vous désirez en savoir plus?

N'hésitez pas à contacter notre service-conseils, qui pourra évaluer vos besoins, vous outiller et vous offrir de judicieux conseils afin d'optimiser la gestion de vos matières résiduelles.

VOTRE CONTACT :

Sophie Lapointe, écoconseillère

418 669-0513, poste 2122 sophie.lapointe@rmrlac.qc.ca



Régie des matières résiduelles
du Lac-Saint-Jean

www.rmrlac.qc.ca

Suivez-nous sur

LA PROMOTION DES SAINES HABITUDES DE VIE

Les bienfaits des saines habitudes de vie ne sont plus à démontrer. La pratique régulière de l'activité physique diminue les risques de maladies cardiovasculaires, d'hypertension et de diabète. Dans ses *Recommandations mondiales sur l'activité physique pour la santé*, l'Organisation mondiale de la santé (OMS) considère la sédentarité comme le quatrième facteur de risque de mortalité. Outre l'activité physique, la nutrition ainsi que la motivation sont à considérer, car les saines habitudes de vie, c'est également une démarche psychologique.

En plus des conciliations travail-études et travail-famille, les employeurs sont de plus en plus nombreux à promouvoir l'activité physique : paiement de l'adhésion à un club sportif, libération d'une salle sur l'heure du midi pour une séance d'entraînement de groupe, concession d'une demi-heure par jour sur les heures de bureau. Plusieurs solutions sont proposées pour favoriser un mode de vie actif au sein des entreprises.

Ces conciliations sont profitables à l'individu, mais également à l'employeur. Une étude de la Health Enhancement Research Organization (HERO) de la Brigham Young University et du Center for Health Research de la firme Healthways, effectuée sur un échantillon

de 20 000 employés américains qui ont suivi un programme de bien-être au travail entre 2008 et 2010, a révélé des statistiques éloquentes sur les saines habitudes de vie et la réussite au travail :

- L'absentéisme de ceux qui mangent sainement et font du sport a reculé en moyenne de 27 %;
- Les employés qui mangent sainement ont 25 % plus de chances que leur performance au travail s'améliore;
- Manger au moins cinq portions de fruits et légumes par jour, au moins quatre jours par semaine, permet d'améliorer sa performance au travail dès la semaine suivant le début de cette diète;
- Les participants qui ont fait de l'exercice pendant plus de 30 minutes par jour, au moins trois jours par semaine, ont 15 % de chances de plus de voir leur performance s'améliorer.

Ces résultats démontrent clairement le lien entre les saines habitudes de vie et la performance au travail. Promouvoir les saines habitudes de vie en milieu de travail est, sans contredit, un choix profitable pour tous! ■

PLUS DE 30 ANS D'EXPÉRIENCE

En climatisation et réfrigération
commerciale et résidentielle



RÉFRIGÉRATION



RBQ : 2166-8405-52

791, avenue Tanguay Nord

418 662-7690

www.refrigerationnordic.com



RÉFRIGÉRATION | CLIMATISATION
VENTILATION | CHAUFFAGE AU GAZ

CHAMBRE FROIDE | COMPTOIR RÉFRIGÉRÉ
SYSTÈME DE REFROIDISSEMENT AU CO₂

FERBLANTERIE | SYSTÈMES DE VENTILATION
HOTTES INTELLIGENTES

CLIMATISATION TRADITIONNELLE
THERMOPOMPES | CHAUFFAGE AU GAZ



Carrossier
ProColor

GARAGE

Henri Simard
depuis 1966



UN SERVICE EXPERT
À TOUTE ÉPREUVE

