

PARCOURS INSPIRANTS D'ENTREPRENEURS D'ICI

spécial 20 ans



défi Concours
québécois en
entrepreneuriat
osentreprendre^{MD}

« Il y a plus de *courage*
que de talent
dans la plupart
des *réussites.* »

Félix Leclerc

PARCOURS INSPIRANTS D'ENTREPRENEURS D'ICI

spécial 20 ans



Table des matières

Abitibi-Témiscamingue	
Radiateur JMT Ltée	44
Bas-Saint-Laurent	
Utopie MFG.....	16
Capitale-Nationale	
Éditions Midi trente.....	38
Festival de cinéma de la ville de Québec.....	46
Nova Film.....	66
Nutra-Fruit inc.....	22
Centre-du Québec	
Clinique Podiatrique Elizabeth Pellerin.....	62
Kefiplant inc.....	08
Les Emballages Box Pack.....	36
Chaudière-Appalaches	
Biodélices.....	70
Clinique Podiatrique des Appalaches.....	52
Côte-Nord	
Centre du Camion Côte-Nord.....	12
Physiothérapie Côte-Nord inc.....	20
Transformation des Métaux du Nord.....	56
Estrie	
Artéria Diffusion inc.....	18
Savonnerie des Diligences.....	48
Gaspésie-Iles-de-la-Madeleine	
Alter-Direct International inc.....	54
Microbrasserie Le Naufrageur.....	42
Lanaudière	
Café culturel de la Chasse-galerie.....	58
La Source Bains Nordiques.....	64
Lounge Factory.....	40
Laurentides	
Parachutisme Adrénaline.....	06
Laval	
Clinique Inspiration.....	68
Mauricie	
Le Trou du Diable.....	60
PranaSens inc.....	30
Rien ne se perd, tout se crée.....	34
Montérégie	
Les Éditeurs Réunis inc.....	14
Val Caudalies.....	50
Montréal	
Succès Scolaire inc.....	10
Your Bar Factory.....	32
Nord-du-Québec	
Multi-Ressources Boréal.....	28
Outaouais	
ÉcoloTurpiNet inc.....	24
Saguenay-Lac-Saint-Jean	
Faction Bike Studio.....	04
Microbrasserie du Lac Saint-Jean.....	26

Préambule

Entreprendre se vit en acériculture comme en design, se déploie sous la forme d'une innovation industrielle ou d'une nouvelle offre culturelle, prend la forme d'une microbrasserie ancrée dans sa communauté comme d'un studio qui s'illustre à l'international. Entreprendre se réalise par des gens de Forestville à Gatineau, en passant par Montréal, Chibougamau et Carleton-sur-Mer.

Entreprendre, c'est ce qu'ont fait les 34 entrepreneurs et entrepreneures présentés dans ce recueil. Ils proviennent des 17 régions du Québec et de toutes les sphères d'activité. Ils ont été sélectionnés comme *Lauréats Réussite inc.* parmi les candidatures au Défi OSEntreprendre toujours en affaires après cinq ans. Ils s'illustrent par leur authenticité, leurs valeurs et leur engagement.

Entreprendre n'est pas une fin en soi, mais une manière de s'accomplir, de choisir un mode de vie, d'exprimer une passion et de contribuer au monde autour de soi. Depuis 20 ans, le Défi OSEntreprendre célèbre l'audace de ces gens qui passent à l'action. Voici 34 modèles qui ont osé.

Voici **Parcours inspirants d'entrepreneurs d'ici!**

Manon Théberge

Présidente-directrice générale
OSEntreprendre

FactionBike studio



Au Saguenay–Lac-Saint-Jean : Hélène Beaulieu, Jean Westphal, Martin Blais, Guillaume Bolduc, Érick Auger, Mathieu Girard, Martin Portelance, Martial Lavoie, Simon Ayotte

13 000 km

Distance en kilomètres entre le Canada et l'Indonésie, où Érick Auger de Faction Bike Studio se rend pour réaliser des mandats!

Parcours au Défi OSEntreprendre



Lauréat national Réussite inc. 2017

Lauréat national 2011

Faction Bike Studio Créateur des tendances cyclistes de demain

Si vous croyez que le nouveau vélo de route en carbone, aux technologies avancées, sort tout droit des laboratoires, vous vous mettez le doigt dans l'œil jusqu'au coude. «En fait, les produits qui sont présentés comme des nouveautés dans les salons spécialisés sont en développement depuis deux ans, au moins», explique Érick Auger, copropriétaire de Faction Bike Studio, une firme saguenéenne d'experts-conseils spécialisés en ingénierie du vélo.

C'est en 2010, après avoir travaillé pendant près de quinze ans chez le constructeur québécois de vélo Devinci, que l'homme aujourd'hui âgé de 48 ans fonde Faction Bike Studio avec Martin Portelance. L'idée derrière leur bureau d'ingénierie dédié au cyclisme : mettre leur expertise et leur passion au service de clients qui souhaitent développer de nouveaux produits pour la route, la montagne, et ainsi de suite.

« La vérité, c'est que nous pourrions nous créer du travail à l'infini si nous le désirions. Il faut cependant tendre vers un certain équilibre. »

Érick Auger

« Notre hypothèse de travail de départ était d'aider les petits joueurs à soutenir le rythme de l'innovation et à être concurrentiels. Finalement, nous nous sommes retrouvés à aider de grosses compagnies globales qui ont un budget de recherche et de développement conséquent », raconte-t-il. Ces temps-ci, Faction Bike Studio consacre beaucoup d'énergie au vélo électrique, un segment de marché appelé à croître ici comme ailleurs.

Malgré que sa compagnie connaisse un taux de croissance de l'ordre de 60 % par année, Érick Auger se fait un devoir de continuer à trouver le temps de pédaler. « Je n'ai pas le choix si je veux rester connecté avec ma passion pour le vélo ! La vérité, c'est que nous pourrions nous créer du travail à l'infini si nous le désirions. Il faut cependant tendre vers un certain équilibre. »

factionbikestudio.com

200 km/h

Vitesse moyenne atteinte lors d'un saut en parachute. À cette vitesse, il est possible de couvrir la distance entre Montréal et Québec en un peu plus d'une heure!

Parcours au
Défi OSEntreprendre

Lauréat régional
Réussite inc.
2017

Lauréat local
2005

Parachutisme Adrénaline

Si tu ne peux pas les louer, achète-les

Sans avion, un parachutiste ne peut pas s'élaner de 4000 mètres dans les airs : c'est l'évidence même! Pourtant, nombreuses sont les écoles de parachutisme qui dépendent de compagnies tierces pour la location d'appareils, donc pour opérer.

C'est ce constat qui a poussé Frédéric Baillargeon et son associé Jean-Nicolas Lagacé, propriétaires du Groupe Adrénaline qui regroupe quatre de ces écoles, à investir dans l'achat d'un petit avion de six places dès leurs débuts, en 2004. « Cela a été une excellente décision : nous avons soudainement le plein contrôle sur nos coûts et nos revenus », raconte Frédéric Baillargeon, 39 ans et détenteur de formations en administration, en planification financière et en mathématiques, notamment.

Depuis, le tandem a continué de développer son entreprise en ce sens. Aujourd'hui, elle comprend des divisions distinctes de location et d'entretien d'aéronefs. En tout, le Groupe Adrénaline emploie une soixantaine de personnes, dont 50 à temps partiel, et totalise chaque année environ 40 000 sauts en parachute, même si ces derniers ne comptent que pour 55 % de son chiffre d'affaires annuel de près de cinq millions de dollars. Pas mal pour deux jeunes entrepreneurs qui, à l'époque, ont financé le rachat de l'école de parachutisme pour laquelle ils bossaient comme instructeurs... tout en installant des piscines!

« L'entrepreneuriat était une voie inévitable dans mon cas. J'étais incapable de faire entendre mes idées dans les entreprises pour lesquelles je travaillais. Et comme je pensais qu'elles étaient bonnes, je n'avais d'autres choix que de me partir à mon compte », explique l'homme d'affaires qui a découvert le parachutisme à 16 ans, à l'occasion d'un saut en groupe.

Pas mal pour deux jeunes entrepreneurs qui, à l'époque, ont financé le rachat de l'école de parachutisme [...] en installant des piscines!

➔ parachuteadrénaline.com



Dans les Laurentides : Frédéric Baillargeon et Jean-Nicolas Lagacé



Au Centre-du-Québec : Chantale Houle

2 millions
de litres

Production totale de kombucha de Kefiplant à la fin de 2017. Deux fois plus que le volume contenu dans une piscine semi-olympique!

Parcours au
Défi OS
Entreprendre

Lauréat national
Réussite inc.
2015

Lauréat régional
2006

Kefiplant inc. La preuve qu'il faut croire en ses rêves

Chantale Houle est convaincue des bienfaits d'une alimentation à base de plantes fermentées. Tellement, qu'elle a fondé son entreprise, Kefiplant, afin de les intégrer dans l'assiette du plus grand nombre de gens possible! C'était en 2004, alors que le mot kombucha, une boisson à base de thé fermenté qui tire ses racines du mot «algue» en japonais, sonnait encore comme du chinois à nos oreilles.

« Je pense être bien placée pour affirmer qu'il est important de rester fidèle à ses rêves en affaires. »

Chantale Houle

« Lorsque j'ai découvert la fermentation symbiotique, cela m'est rapidement apparu clair que l'industrie alimentaire allait incessamment se diriger dans ce créneau. Mon défi était donc d'être prête pour répondre à la demande lorsqu'elle se matérialiserait », explique-t-elle, treize ans plus tard.

Les premières années sont incertaines. Lorsqu'elle se présente dans des foires commerciales, on la questionne avec scepticisme sur ses produits ainsi que sur leurs bienfaits. « J'ai connu plusieurs années de vache maigre », reconnaît-elle. Petit à petit, la fermentation gagne ses lettres de noblesse et déborde les cercles d'initiés. Parallèlement, Kefiplant prend son véritable envol et connaît, depuis 2014, une croissance exponentielle. « L'année dernière, notre chiffre d'affaires s'est multiplié par dix! », s'exclame-t-elle.

Aujourd'hui, l'entreprise de Drummondville compte 17 employés et fournit des ingrédients actifs à des entreprises présentes aux États-Unis, en Australie et même en Chine. « La formule de mon succès se résume à trois mots : vision, persévérance et innovation. Je pense être bien placée pour affirmer qu'il est important de rester fidèle à ses rêves en affaires », conclut la mère de deux enfants.

kefiplant.com

25 000 élèves

Nombre d'élèves accompagnés par un des 850 tuteurs de Succès Scolaire depuis ses débuts!

Parcours au Défi OSEntreprendre

Lauréat régional Réussite inc. 2017

Participant 2007

Succès Scolaire inc. Mettre ses ambitions au service de la société

Félix Morin et Benoît Archambault se décrivent comme des entrepreneurs en série; un rapide coup d'œil sur leur parcours leur donne plus que raison. Ayant tous deux grandi au sein de familles d'entrepreneurs, les cofondateurs de l'entreprise de services d'éducation personnalisée Succès Scolaire ont vendu des étampes dès l'école primaire. Bien des années plus tard, ils ont financé leurs études supérieures en lavant des vitres, avec leur propre PME. «Nous étions heureux de laver des vitres, mais ça ne nous suffisait pas! Il manquait une dimension d'utilité à la société», raconte Félix Morin, vice-président de Succès Scolaire.

Cette vision sociale, ils l'ont trouvée dans le tutorat et le mentorat en 2006, à une époque où ce marché était peu organisé, malgré la forte demande. Les rares services structurés de tutorat et de mentorat étaient offerts par des écoles – les services à domicile n'existaient tout simplement pas. «Imaginez : une simple recherche Google ne donnait aucun résultat probant!», raconte Félix Morin.

« Notre prochain objectif est d'aider les décrocheurs d'âge adulte à raccrocher au système scolaire. »

Félix Morin

Des investissements massifs en marketing numérique sont d'ailleurs ce qui leur a permis de se démarquer rapidement et de croître annuellement de 20 à 30 % par la suite. «Les parents et les professeurs cognent à notre porte parce que nous offrons des services de qualité et qui respirent le professionnalisme. Quant aux tuteurs, c'est pour la liberté d'action et la garantie d'une clientèle régulière qu'ils viennent à nous», souligne l'homme d'affaires. Depuis ses débuts, Succès Scolaire est venu en aide à plus de 25 000 élèves à travers le Québec et son réseau compte 850 tuteurs.

S'ils considèrent avoir atteint leur objectif d'être utiles à la société, Félix Morin et Benoît Archambault ne s'assoient pas pour autant sur leurs lauriers. «Notre prochain objectif est d'aider les décrocheurs d'âge adulte à raccrocher au système scolaire», conclut Félix Morin, qui pilote également, avec son partenaire, Acadam et Magasin Scolaire, deux entreprises connexes à Succès Scolaire.

successcolaire.ca

À Montréal : Félix Morin





Sur la Côte-Nord : Josée Beaulieu, Cassandra Guérin et Claude Guérin

14 400 pi²

Superficie des nouvelles installations du Centre du Camion Côte-Nord, l'équivalent d'environ huit terrains de volleyball!

Parcours au Défi OSEntreprendre



Lauréat régional Réussite inc. 2017

Lauréat régional 2000

Centre du Camion Côte-Nord Des affaires en famille

Chez la famille Beaulieu-Guérin, l'entrepreneuriat est une affaire de famille! Propriétaires du Centre du Camion Côte-Nord depuis 1999, Josée Beaulieu et Claude Guérin peuvent désormais compter sur leur fille Cassandra au sein de l'entreprise afin de reprendre les rênes à moyen terme. La jeune fille de 20 ans, diplômée d'une technique en administration, y œuvre d'ailleurs depuis janvier 2017.

«Je suis bien contente, jamais je n'aurais pensé qu'elle reviendrait sur la Côte-Nord après ses études», se réjouit Josée Beaulieu. Celle-ci dirige d'ailleurs d'autres entreprises parallèlement au Centre du Camion Côte-Nord. «Avec ma famille, nous opérons une pourvoirie près de Portneuf-sur-Mer depuis douze ans. Je dirige aussi une résidence pour personnes âgées avec mes frères», indique-t-elle. Une affaire de famille, disions-nous!

« Nous avons toujours considéré qu'il fallait saisir les occasions lorsqu'elles se présentent. »

Josée Beaulieu

Dans le but d'assurer la pérennité de leur entreprise, Josée Beaulieu et Claude Guérin ont récemment investi un million de dollars dans l'agrandissement du Centre du Camion Côte-Nord. À terme, les nouvelles installations doubleront de superficie, tout comme le nombre de portes du garage, qui passera de quatre à huit. L'entreprise, qui prévoit sous peu employer 18 personnes, a par ailleurs profité des travaux annoncés pour accueillir de nouvelles bannières et ainsi élargir son offre de services.

Même s'il est encore loin de prendre sa retraite – elle a 45 ans; lui, 54 ans –, le couple d'entrepreneurs forestvillois considère qu'il est dorénavant de son devoir de penser à la succession et de développer le commerce sans réserve. «Nous avons toujours considéré qu'il fallait saisir les occasions lorsqu'elles se présentent. C'est d'ailleurs comme ça que l'entreprise est venue au monde à la fin des années 90 quand mon conjoint, propriétaire de sept camions, a décidé de construire un garage pour procéder à leur entretien», raconte-t-elle.

facebook.com/Centreducamioncotenord

5 décennies

Nombre d'années d'expérience que cumulent les Éditeurs Réunis et les Éditions JCL, l'équivalent d'un demi-siècle d'édition!

Parcours au Défi OSEntreprendre

Lauréat régional Réussite inc. 2016

Participant 2008



Les Éditeurs Réunis inc. Savoir se virer sur un dix cennes

Daniel Bertrand aime dire qu'il est allé à «l'école de l'édition populaire». «J'ai fait mes classes sous la férule d'Alain Stanké, fondateur des Éditions Stanké, avant que celles-ci ne soit rachetées. C'est beaucoup grâce à lui que j'ai appris les rudiments de l'édition d'ouvrages populaires destinés à de larges publics», raconte le directeur général des Éditeurs Réunis, une maison d'édition qui se consacre à ce type de littérature.

Aller à une bonne école ne prémunit toutefois pas contre les erreurs.

Aller à une bonne école ne prémunit toutefois pas contre les erreurs. Daniel Bertrand en sait quelque chose. Dès ses débuts en 2007, les Éditeurs Réunis, en Montérégie, se sont positionnés dans des créneaux tout autres. «Nous faisons alors des trucs plus sociologiques et politiques. Ils connaissaient un fort succès médiatique, mais ne se traduisaient pas en ventes sonnantes et rébuchantes dans les librairies. Autrement dit, les journalistes aimaient ça, mais pas les lecteurs!», se souvient-il.

Une analyse approfondie du marché québécois du livre indique alors à Daniel Bertrand et à son équipe que les romans historiques et la *chick lit* connaissent beaucoup de succès – nous étions à une époque où tout le monde ne jurait que par les ouvrages de Rafaële Germain. Ils reprennent ces formules éprouvées, les remanient à leur sauce et – surprise! – connaissent leurs premiers coups de circuit. «Au fil des années, cette stratégie a été couronnée de succès. On parle moins de nous dans les pages culturelles des journaux, mais on s'en fiche. L'important, ce sont les résultats», affirme Daniel Bertrand.

Aujourd'hui, les Éditeurs Réunis publient une cinquantaine de titres par année, dont plusieurs figurent régulièrement dans les palmarès de vente de romans québécois. Récemment, la maison d'édition a racheté les Éditions JCL, un fleuron de l'édition québécoise qui compte plus de 40 ans d'existence. «Puisque nous avons un profil semblable, nous pourrions poursuivre notre croissance sur l'ensemble du marché du livre grand public, tant au Canada qu'à l'étranger», souligne-t-il.

[lesediteursreunis.com](https://www.lesediteursreunis.com)



En Montérégie : Daniel Bertrand



Au Bas-Saint-Laurent :
Jean-François Bouchard

Utopie MFG

Slalomer sur les pentes de l'entrepreneuriat

12 000 unités

Production annuelle. C'est comme si chaque habitant de Saint-Narcisse-de-Rimouski, où les installations d'Utopie MFG se situent, avait douze paires de skis!

Jean-François Bouchard rêvait de devenir le Maurice Richard des sports de glisse; il est plutôt devenu un des deux seuls fabricants en sous-traitance de skis et de planches à neige au Canada. « D'ici quelques années, nous voulons devenir LA référence en Amérique du Nord dans notre domaine », soutient le président fondateur et directeur de production d'Utopie MFG, située à Saint-Narcisse-de-Rimouski. L'homme aujourd'hui âgé de 35 ans est arrivé sur les pentes de l'entrepreneuriat après avoir flirté brièvement avec la compétition de planche à neige à la fin de son adolescence.

« J'ai appris au fil des années que les détours sont inévitables en entrepreneuriat. Mes buts et objectifs d'aujourd'hui ne sont pas ceux que je caressais à 20 ans. »

Jean-François Bouchard

Un grave accident met fin prématurément à ce rêve – pour faire place à un autre. « Avant de me blesser, j'avais convaincu une boutique de Rimouski de me commander, ce qui m'avait permis de tester les nouveaux équipements. C'est là que je me suis mis à réellement m'intéresser à l'objet et à ses caractéristiques », raconte celui qui a grandi dans une famille très versée dans l'entrepreneuriat et le DIY (do it yourself). Quelques années plus tard, en 2003, il enregistre son entreprise. « L'idée me semblait utopique, de là son nom! »

En 2006, Jean-François ambitionne de commercialiser ses propres produits sous la marque UTP; ce qui s'avère être un échec cuisant. Il en tire une précieuse leçon : « Notre avantage compétitif était de fabriquer nous-mêmes des produits de grande qualité, explique-t-il. Pourquoi ne pas le mettre au service des autres, en sous-traitance? »

Depuis, le succès est au rendez-vous pour Utopie MFG, sous la forme de contrats avec différentes marques de skis et de planches à neige ainsi que de prix prestigieux remis par l'industrie pour souligner la qualité de sa production. « J'ai appris au fil des années que les détours sont inévitables en entrepreneuriat. Mes buts et objectifs d'aujourd'hui ne sont pas ceux que je caressais à 20 ans. Il faut accepter cette réalité et composer au mieux avec elle », conseille-t-il.

→ utopiesnow.com

Parcours au
Défi OS'Entreprendre



Lauréat régional
Réussite inc.
2014

Lauréat régional
2004

60 000 km

Distance parcourue annuellement par Geneviève Lévesque pour son travail. C'est presque deux fois la circonférence terrestre!

Artéria Diffusion inc. Promouvoir les artistes québécois aux quatre coins du globe

Geneviève Lévesque a toujours été bonne pour aider les artistes à se vendre. En fait, la femme de 34 ans excelle tellement à dénicher des occasions de rayonnement qu'elle a fait de ce travail, qu'elle accomplissait jadis bénévolement, une entreprise prospère. «Si vous m'aviez dit, sur les bancs d'école, que j'aurais ma propre compagnie et que je vendrais des tableaux aux quatre coins du globe, je ne l'aurais pas cru!», s'exclame la directrice et fondatrice d'Artéria Diffusion, une galerie d'art de Bromont dont 90 % du chiffre d'affaires provient de la vente d'œuvres d'artistes québécois partout sur la planète.

L'entrepreneuriat n'était pas une vocation pour celle qui détient un baccalauréat en communication. De son propre aveu, elle n'avait jamais considéré, ni même pensé, à ce choix de carrière. «Il y a 20 ans, lorsque j'étais adolescente, on n'en parlait tout simplement pas. C'était la mentalité de l'employé qui était mise de l'avant à l'école», se souvient-elle. N'empêche, la passion pour l'art et le divertissement a toujours été présente chez elle. «J'ai toujours été celle qui ne voulait pas quitter les musées, même quand j'étais haute comme trois pommes!», s'exclame-t-elle.

Le modèle d'affaires d'Artéria Diffusion repose sur une participation intensive aux divers salons, expositions et foires qui ont lieu sur les cinq continents. Chaque année, l'équipe de cinq employés participe à environ quinze de ces événements à des endroits comme Singapour, New York et Miami. Un quotidien certes éreintant, mais qui amène son lot de surprises. «Aucune journée ne se ressemble... et c'est tant mieux ainsi! Lorsqu'on fait ce qu'on aime, on ne compte pas ses efforts et on met les bouchées doubles. Avec le recul, je peux affirmer sans détour que de lancer mon entreprise a été la meilleure décision de ma vie», affirme Geneviève Lévesque.

«Aucune journée ne se ressemble... et c'est tant mieux ainsi! Lorsqu'on fait ce qu'on aime, on ne compte pas ses efforts et on met les bouchées doubles.»

Geneviève Lévesque

arteriagallery.com



En Estrie : Meredith Lingerfelt, Geneviève Lévesque, Stéphanie Gagnon et Jonathan Auclair

Parcours au
Défi OSEntreprendre

Lauréat régional
Réussite inc.
2015

Lauréat local
2009





Sur la Côte-Nord : François Lessard et Mario Caron

1 500 clients

Clientèle vue mensuellement. À ce rythme, il faut un peu plus d'un an pour rencontrer l'ensemble de la population de Baie-Comeau!

Parcours au Défi OSEntreprendre

Lauréat régional Réussite inc. 2014

Lauréat national 2007

Physiothérapie Côte-Nord inc.

La qualité de traitement avant tout

Traiter des patients à la chaîne comme en restauration rapide? Non, répondent François Lessard et Mario Caron, les copropriétaires de Physiothérapie Côte-Nord, une clinique de Baie-Comeau qui offre des services de physiothérapie pour une clientèle âgée entre 2 et 100 ans. «Quand nous sommes sortis des bancs d'école en 2002, nous avons tous les deux travaillé pour une clinique qui fonctionnait ainsi. Cela nous mettait mal à l'aise», raconte François Lessard. Après quatre ans, ils en ont eu assez et se sont lancés à leur compte!

«**Tout ce que nous voulions, c'était de pratiquer notre profession le mieux possible.**»

François Lessard

Le succès a été instantané, et ce, malgré que les deux hommes n'aient aucun bagage ni formation pour devenir entrepreneurs. «Tout ce que nous voulions, c'était de pratiquer notre profession le mieux possible. La gestion, les finances, le marketing étaient tous des notions que nous ignorions! Nous avons appris sur le tas», avoue-t-il.

Dès ses débuts, Physiothérapie Côte-Nord fait le pari d'une physiothérapie sportive et orthopédique auprès des athlètes de la région, une clientèle jusqu'alors délaissée. La clinique de neuf employés s'implique dans les programmes de sport-études, développe de nouveaux créneaux en prévention des blessures en course à pied, en cyclisme et en golf, tout en continuant de travailler avec les clientèles privées. Aujourd'hui, Physiothérapie Côte-Nord collabore avec le Drakkar de Baie-Comeau, une équipe de hockey sur glace de la Ligue de hockey junior majeur du Québec. Pas mal pour deux anciens joueurs de hockey!

Le prochain défi? Attirer la relève. «L'éloignement de la région fait peur à beaucoup de finissants en physiothérapie. Nous déployons beaucoup d'énergie pour tenter d'en attirer, mais ce n'est pas facile», reconnaît François Lessard.

[facebook.com/Physiothérapie-Côte-Nord-Inc](https://www.facebook.com/Physiothérapie-Côte-Nord-Inc)

375 km

Kilométrage moyen parcouru par les produits Nutra-Fruit, des champs jusqu'au marché. Une banane, en comparaison, en fait treize fois plus, soit plus de 5000 km !

Nutra-Fruit inc. Objectif : valoriser la canneberge !

Le 20 juillet 2006 a été une grosse journée pour Jean-François Veilleux et Yolande Kougioumoutzakis, copropriétaires de Nutra-Fruit, une entreprise de Québec spécialisée dans la fabrication et la distribution de produits de canneberges gastronomiques, santé et faits localement. « Nos premières livraisons dans les commerces se sont fait ce jour-là... en même temps que la naissance de notre fille ! », se remémore-t-il avec émotion.

Dès ses débuts, Nutra-Fruit connaît un succès retentissant avec ses nombreux produits dérivés de la canneberge, comme des confits, des coulis et des vinaigrettes. Les Québécois sont heureux de déguster ce petit fruit sous des formes moins traditionnelles que séchées ou en cocktail ! En effet, Nutra-Fruit revisite la canneberge du Québec et propose des usages inusités qui s'apparentent même à l'usage du citron en cuisine.

Aujourd'hui, l'entreprise de 200 employés continue d'innover en matière de commercialisation, de développement de nouveaux produits à base de canneberges et de mise en marché. La trentaine de produits de Nutra-Fruit sont maintenant distribués dans plus de 200 points de vente au Québec et dans leurs boutiques éphémères, dans le reste du Canada et même en France.

« En fondant Nutra-Fruit, nous avons également fondé notre famille. Nous voyons nos enfants grandir en même temps que notre entreprise ! » explique Jean-François Veilleux.

« En fondant Nutra-Fruit, nous avons également fondé notre famille. Nous voyons nos enfants grandir en même temps que notre entreprise ! »

Jean-François Veilleux

 nutra-fruit.com



Dans la Capitale-Nationale : Jean-François Veilleux et Yolande Kougioumoutzakis



En Outaouais : Nancy Turpin et la boutique ÉcoloTurpiNet inc.

ÉcoloTurpiNet inc. Incarner les valeurs écologiques

30 services

Nombre moyen d'entretiens ménagers hebdomadaires réalisés par ÉcoloTurpiNet
Beaucoup de clients qui bénéficient d'un environnement écologique!

Nancy Turpin est convaincue que la santé individuelle passe d'abord et avant tout par de petits gestes concrets.

C'est en 2007 qu'elle fonde le service d'entretien ménager écologique ÉcoloTurpiNet afin de faire une différence dans la vie des gens. « Nettoyer avec des produits écologiques est sain pour l'environnement et pour ceux qui y habitent. C'est aussi plus économique, car il en faut moins pour enlever la saleté », affirme-t-elle.

« Ça prouve qu'il ne faut jamais lâcher prise et faire preuve de détermination en affaires. »

Nancy Turpin

Les dix employés d'ÉcoloTurpiNet sillonnent les environs de Gatineau afin d'y réaliser les entretiens ménagers dans les secteurs commerciaux, résidentiels et scolaires. Depuis 2012, l'entreprise s'est par ailleurs diversifiée en ouvrant une boutique où sont vendus en vrac les produits utilisés, tous certifiés ÉcoLogo et faits au Québec. « Nous y offrons aussi de la formation. Les valeurs écologiques sont au centre de ce que nous faisons », explique-t-elle.

Nancy Turpin, aujourd'hui âgée de 40 ans, peut compter sur ses deux enfants de 17 ans et 23 ans pour l'aider dans l'entreprise. Un scénario auquel elle ne s'attendait pas nécessairement lorsqu'elle a lancé, il y a maintenant dix ans, ÉcoloTurpiNet. « Ça prouve qu'il ne faut jamais lâcher prise et faire preuve de détermination en affaires », estime-t-elle.

entretiengatineau.com

Parcours au Défi OSEntreprendre



Lauréat régional Réussite inc. 2017

Lauréat local 2008

250 000 litres

Production brassée en 2017. C'est l'équivalent d'un demi-million de bouteilles de 500 ml, le format utilisé par la Microbrasserie du Lac-Saint-Jean pour contenir sa production!

Microbrasserie du Lac-Saint-Jean

Les meilleures bières au monde : sans blague !

Marc Gagnon se décrit comme un brasseur en région plutôt qu'un propriétaire de microbrasserie. La nuance est importante : elle traduit la vision que lui et ses deux associés, Annie Saint-Hilaire et Charles Gagnon, partageaient lors du lancement de la Microbrasserie du Lac-Saint-Jean, en 2007. « Pour nous, ce commerce était un moyen de souder la communauté de Saint-Gédéon. Il y manquait un lieu pour s'asseoir autour d'une table et changer le monde. La bière était un prétexte en or pour dynamiser la région », raconte-t-il.

« C'est essentiel pour rester connecté avec ma passion! »

Marc Gagnon

Ce qui ne veut pas dire que le brassage a été relégué au second plan, bien au contraire. En juillet dernier, la Microbrasserie du Lac-Saint-Jean a remporté deux médailles d'or au Mondial de la bière qui se tenait à Paris, en France. Les deux produits, la Tante Tricotante Chardonnay et la Frappabord, se sont imposés devant de prestigieuses microbrasseries provenant des quatre coins de la planète!

Un véritable honneur pour l'entreprise de quinze employés qui s'est beaucoup inspirée du savoir-faire brassicole sur le Vieux Continent tout au long de sa croissance. « En Belgique, il y a de nombreux petits artisans qui brassent leurs propres bières avec les moyens du bord. C'est très inspirant : ils sont la preuve vivante qu'on peut faire de grandes choses dans son coin de pays en demeurant modestes », affirme Marc Gagnon, qui s'occupe de la production au sein de l'entreprise. « C'est essentiel pour rester connecté avec ma passion! »

➔ microdulac.com



Au Saguenay-Lac-Saint-Jean : Annie St-Hilaire et Marc Gagnon



Dans le Nord-du-Québec : Frank Guillemette

97 000
hectares

Superficie du projet Monster Lake, au nord de Chibougamau, environ deux fois la superficie de l'île de Montréal!

Parcours au
Défi OSEntreprendre

Lauréat régional Réussite inc. 2017

Lauréat régional 2005

Multi-Ressources Boréal

Prospecteur minier des temps modernes

Frank Guillemette a beau ne posséder aucune expertise en géologie, il sait néanmoins comment repérer, puis «consolider» les gisements en vue d'éventuelles exploitations. La preuve : l'homme de 46 ans pilote depuis treize ans Multi-Ressources Boréal, une compagnie qui fait l'achat de claims de différentes substances minérales (or, cuivre, etc.), sa spécialité. C'est lui qui, par exemple, est à l'origine de la relance de deux projets aurifères significatifs : Monster Lake, où plus de 10 millions de dollars ont été investis, et Black Dog, acheté par Osisko Mining en février 2016.

« Je fais confiance à mon équipe, qui s'y connaît vraiment pour l'analyse des sols! »

Frank Guillemette

«Je ne suis pas un géologue : je fais confiance à mon équipe, qui s'y connaît vraiment pour l'analyse des sols! Par contre, je suis né et j'ai grandi à Chibougamau, une ville minière où plusieurs membres de ma famille ont travaillé. J'ai donc une connaissance historique des exploitations minières qui se sont faites dans les environs» confirme l'homme d'affaires. Le détenteur d'un baccalauréat en administration des affaires a aussi travaillé plusieurs années dans des postes liés au financement corporatif et minier avant de fonder Multi-Ressources Boréal, en 2004. «J'étais bien outillé, disons!», s'exclame-t-il.

Même s'il se qualifie d'audacieux, Frank Guillemette convient qu'avoir une tête froide est indispensable dans le type de milieu dans lequel il évolue. Il n'est pas rare que des dizaines d'années s'écoulent avant de tomber sur une exploitation minière prometteuse! «Ma stratégie est d'acheter des projets, puis de les revendre dans l'espoir de réaliser des profits. Il est néanmoins important d'avoir un bon niveau de liquidité afin de survivre aux périodes de vache maigre», explique celui qui apprécie tout particulièrement la mentalité d'explorateur qui prévaut dans son secteur d'activité.

mrboreal.com

75 000 livres

Quantité de végétaux que transforme annuellement en huiles essentielles et en eaux florales PranaSens, l'équivalent du poids d'environ six éléphants!

PranaSens inc. Pour récolter un rêve, il faut le semer

Terre à cultiver? Coché. Passion à assouvir? Coché. Opportunité pour se lancer en affaires? Coché. Lorsque Johanne Barrette et Stéphane Allaire ont fondé PranaSens en 2010, c'est parce que toutes les conditions étaient en place afin de lui donner vie. «Nous venions d'acheter une terre en friche à Sainte-Geneviève-de-Batiscan, en Mauricie. Puis, on a vu dans un journal un appel d'offres de projets du centre local de développement. Nous avons soumis un plan d'affaires peu après», raconte la femme d'affaires de 53 ans.

PranaSens est spécialisée dans la production biologique de plantes aromatiques et en extraction d'huiles essentielles, un domaine qui fait rêver le couple depuis 25 ans. Leur formation respective – elle est aromathérapeute; lui est herboriste – les a aidé à concrétiser leur projet. «C'est un domaine dans lequel il y a beaucoup de place pour le développement de nouveaux produits. Nous vibrons à l'idée d'améliorer la santé des gens par l'innovation», explique-t-elle. Au fil des ans, PranaSens s'est notamment dotée d'un laboratoire, d'une distillerie et d'une salle de pesée afin d'améliorer ses procédés de fabrication. L'entreprise tient depuis 2015 une gamme de produits cosmétiques de niche : Orée.

Sept ans après son lancement, PranaSens semble promise à un bel avenir. L'entreprise, dont la croissance annuelle oscille autour de 20 %, vient d'acquiescer de nouveaux locaux pour y aménager ses bureaux administratifs ainsi qu'un point de vente. Surtout, elle lorgne d'autres marchés que le Québec pour y écouler ses différentes gammes de produits. «Nous sommes très motivés à faire croître PranaSens. Nos quatre enfants, âgés de 18 à 32 ans, ont manifesté de l'intérêt à reprendre les rênes de l'entreprise. La plus vieille travaille déjà comme représentante commerciale», affirme Johanne Barrette.

« Nous vibrons à l'idée d'améliorer la santé des gens par l'innovation. »

Johanne Barrette

pranasens.com



En Mauricie : Johanne Barrette et Stéphane Allaire

Parcours au Défi OSEntreprendre

Lauréat régional Réussite inc. 2017

Lauréat local 2011



À Montréal : Martin Joyal

150 millions
de barres

Capacité de production annuelle de barres par Your Bar Factory. Une cadence de 500 barres à la minute!

Parcours au
Défi OSEntreprendre



Lauréat régional
Réussite inc.
2014

Participant
2001

Your Bar Factory

Bonheur, simplicité et petites bouchées

Martin Joyal a racheté Rapid Snack (aujourd'hui Your Bar Factory) alors que l'entreprise manufacturière de barres et carrés de céréales de marque privée était sur le bord du gouffre, en 2001.

Plus de quinze ans plus tard, l'homme d'affaires de 47 ans n'a pas seulement réussi à redresser la PME montréalaise; il en a fait un joueur aux États-Unis et ailleurs dans le monde, dont le Japon et la Corée du Sud! Pas mal pour quelqu'un qui se considère comme un gestionnaire et non comme un «vrai» entrepreneur.

« Je me suis lancé en affaires afin d'y être heureux. Je m'efforce que mes collaborateurs le soient également. »

Martin Joyal

«Je voulais quelque chose d'assez simple pour que je puisse le comprendre, le maîtriser et le rentabiliser. Rapid Snack, c'était exactement ça : 4 ou 5 ingrédients qu'on mélange et tadam! On obtient le produit final», explique-t-il. Il faut dire que son passage chez Couche-Tard, où il a œuvré pendant cinq ans dans l'organisation, lui avait permis d'acquérir de solides connaissances, notamment en gestion et en marketing. «En fait, il ne me restait que la fabrication à apprendre, raconte-t-il. Les bouchées étaient, sans mauvais jeu de mots, moins grosses à prendre.»

C'est l'innovation qui a permis de remettre Your Bar Factory sur les rails. Ça et la volonté de Martin Joyal de semer le bonheur chez tous ceux avec qui ils collaborent, clients comme employés. «Je me suis lancé en affaires afin d'y être heureux. Je m'efforce que mes collaborateurs le soient également», conclut-il.

yourbarfactory.com

20 000
personnes

Nombre approximatif de touristes qui visitent chaque année la boutique de Rien ne se perd, tout se crée... C'est une soixantaine de fois la population de leur village Saint-Sévère!

Parcours au
Défi OSEntreprendre

Lauréat national
Réussite inc.
2016

Lauréat local
2005

Rien ne se perd, tout se crée... Unies par un métier à tisser

L'histoire de Marie-Claude Trempe et d'Evelyne Gélinas, cofondatrices de Rien ne se perd, tout se crée..., débute en 2003, avec un métier à tisser! Acquis d'un voisin de Marie-Claude en plein déménagement pour la modique somme de 150 \$, l'objet antique permet aux deux amies d'enfance de se retrouver et de s'initier ensemble à l'art du tissage, dont elles ignoraient tout.

Ce qui devait être un prétexte pour passer du temps entre copines est rapidement devenu une passion contagieuse. À peine six mois et quelques cours de tissage, de filage, de teinture et de tricot plus tard, elles commencent à courir les salons de métiers d'art pour y exposer. Leur production maison de foulards, de linges à vaisselle et de tapis attire l'attention. Rapidement, elles développent un réseau de points de vente aux quatre coins du Québec.

Plus de quinze ans plus tard, l'équipe de quatorze employés de Rien ne se perd, tout se crée... fabrique désormais deux collections de vêtements féminins par année, sans délaisser le créneau des accessoires de mode et de cuisine. Leurs produits, confectionnés en Mauricie, sont originaux, durables et éthiques et mettent en valeur la diversité corporelle. Ils sont disponibles dans plus de 90 points de vente au Québec et en Ontario, dans différentes expositions, sur leur boutique en ligne ainsi qu'à leur toute nouvelle boutique de Saint-Sévère.

En effet, le rythme de production est tel que l'entreprise s'est construit en 2017 un nouvel atelier-boutique de 16 000 pieds carrés, une magnifique bâtisse à l'architecture moderne. Un investissement de deux millions de dollars. Elles vendent dans leur boutique leurs créations, mais aussi celles de plus de soixante autres artisans québécois. Il n'était pas question de déménager de Saint-Sévère, un charmant petit village de 307 habitants en Mauricie. «Au fil des années, la boutique est devenue une attraction touristique ouverte sept jours sur sept, à l'année. Nous sommes convaincues que notre région, dont nous sommes toutes deux originaires, est fabuleuse! Nous avons à cœur de la faire rayonner et de la faire découvrir aux gens.», affirme Marie-Claude.

« Nous sommes convaincues que notre région, dont nous sommes toutes deux originaires, est fabuleuse! Nous avons à cœur de la faire rayonner. »

Marie-Claude Trempe

rienneseperd.com



En Mauricie : Evelyne Gélinas et Marie-Claude Trempe



Au Centre-du-Québec :
Marc-André Pépin entouré de son équipe

50 000 pi²

Superficie des installations
des Emballages Box Pack,
soit l'équivalent d'un
demi-terrain de soccer!

Les Emballages Box Pack C'est dans la boîte!

Dans toutes les entreprises pour lesquelles il a travaillé pendant quinze ans, Marc-André Pépin constatait les mêmes difficultés en matière d'emballage de produits. «C'était difficile d'obtenir de petites quantités de boîtes de carton. Nous pouvions par exemple avoir 200 unités à emballer, mais nos fournisseurs ne vendaient que des lots de 10 000 boîtes!», se souvient l'homme aujourd'hui âgé de 46 ans.

Leur idée : fabriquer sur mesure et dans la quantité désirée des produits de carton plats et ondulés. Plus simple à dire qu'à faire!

Véritable passionné des affaires, Marc-André Pépin décide de tourner à son avantage cette situation fâcheuse vécue par plusieurs entreprises québécoises. En 2006, il fonde avec son frère Stéphane, Les Emballages Box Pack au sein de l'Incubateur industriel de Drummondville. Leur idée : fabriquer sur mesure et dans la quantité désirée des produits de carton plats et ondulés. Plus simple à dire qu'à faire!

«Certains de nos équipements sont très dispendieux, de l'ordre de plusieurs centaines de milliers de dollars. Il faut donc générer un fort volume d'affaires pour se permettre de les acheter. Nous avons dû peaufiner le projet pendant quelque temps afin de le rendre viable. Sinon, nous nous serions lancés à perte!», raconte-t-il. À son avis, il ne faut pas se laisser décourager par les chiffres à cette étape d'un projet d'affaires, même s'il est capital de demeurer terre-à-terre.

Aujourd'hui, Les Emballages Box Pack dessert plus de 2500 clients de la Gaspésie à l'Ontario. L'entreprise, qui opère à Saint-Germain-de-Grantham, emploie 25 personnes et connaît depuis son lancement une croissance annuelle moyenne de 25 % de son chiffre d'affaires. « Notre croissance découle paradoxalement de celle de nos clients. Il va toujours y avoir une demande pour les boîtes de carton », conclut celui qui se dit « comblé » par son entreprise.

emballagesboxpack.com

Parcours au
Défi OS'Entreprendre



Lauréat régional
Réussite inc.
2016

Lauréat local
2005

95 %

Pourcentage des ouvrages que les Éditions Midi trente continuent d'imprimer au fil des années... ce qui prouve bien que ceux-ci ne sont pas des saveurs du mois!

Éditions Midi trente

Se lancer et faire le grand saut

«Enfin, des ouvrages pratiques et des trucs concrets pour nous aider!» Ce commentaire, Jacinthe Cardinal l'a entendu un nombre incalculable de fois de la part de psycho-éducateurs, d'enseignants et de parents aux prises avec des jeunes vivant des difficultés personnelles. Elle-même, formée en psychologie et en pédagogie et maman, est bien placée pour savoir que la théorie est de bien peu d'utilité sans des outils concrets pour s'attaquer à des problèmes comme l'autisme ou l'intimidation. «C'est le raisonnement qui nous a menés, moi et ma partenaire Marianne Tremblay, à fonder les Éditions Midi trente en 2010», raconte-t-elle.

C'est la fermeture de la maison d'édition pour laquelle les deux femmes travaillaient qui les motive à concrétiser ce projet dont elles discutaient pourtant depuis belle lurette. De leurs propres aveux, elles n'auraient jamais osé autrement. «Nous avons des emplois stables, de jeunes enfants à notre charge, et ainsi de suite. Surtout, nous voyions le tout comme inaccessible, puisque personne au cours de notre parcours de vie ne nous avait vendu cette option», explique celle dont le père était pourtant entrepreneur. Réunissant leur courage à deux mains, elles se lancent néanmoins et se donnent deux ans pour voir si ça passe ou ça casse.

Huit ans après ce saut dans le vide, les Éditions Midi trente poursuit toujours son petit bonhomme de chemin. La dizaine d'ouvrages que la maison d'édition publie annuellement trouvent preneurs au Québec comme en France et en Belgique, où ils sont de véritables références auprès des différents intervenants psychosociaux. Pas mal pour deux femmes d'affaires qui ont plus ou moins appris l'entrepreneuriat sur le tas! «Avoir une partenaire dans cette aventure a été plus que salutaire. Deux têtes valent mieux qu'une seule pour voir venir et affronter les embûches», souligne Jacinthe Cardinal.

« Avoir une partenaire dans cette aventure a été plus que salutaire. Deux têtes valent mieux qu'une seule pour voir venir et affronter les embûches. »

Jacinthe Cardinal

 miditrente.ca



Dans la Capitale-Nationale :
Jacinthe Cardinal et Marianne Tremblay



Dans Lanaudière : Dominic Larin



Parcours au
Défi OS

Lauréat régional
Réussite inc.
2017

Participant
2011

16 émissions

Nombre d'émissions télé différentes dans lesquelles Lounge Factory est le fournisseur de mobilier; assez pour remplir la grille-horaire d'une journée entière!

Lounge Factory inc. Miser sur ses forces

Lounge Factory est méconnu de bien des Québécois. Pourtant, les produits de cette PME de Terrebonne colonisent leur téléviseur et font le bonheur de leurs vedettes. Le mobilier de jardin d'émissions comme La Voix et Occupation Double, c'est Lounge Factory! Les meubles d'extérieur de divers festivals, dont Osheaga, aussi!

C'est lors de l'ouverture d'un magasin à grande surface en 2010 que Dominic a rencontré celui qui allait devenir son partenaire.

«On reconnaît nos produits par leur design novateur et leurs caractéristiques qui s'apparentent à ceux de meubles d'intérieur, mais qui s'utilisent bien sûr à l'extérieur», souligne le vice-président et designer de Lounge Factory, Dominic Larin. D'ailleurs, l'un des produits de Lounge Factory, le Modulounge, lui a valu le Prix mobilier résidentiel en design industriel lors de la 10^e édition du Grand Prix du Design.

C'est lors de l'ouverture d'un magasin à grande surface en 2010 que Dominic a rencontré celui qui allait devenir son partenaire, Alain Bourdages. Rapidement, les deux hommes réalisent qu'ils partagent des affinités. «Il travaillait dans le domaine du mobilier de jardin depuis 25 ans et connaissait donc bien le marché. Ma force, c'était plutôt le design industriel, que je pratiquais depuis belle lurette également», explique l'homme d'affaires. Peu après, ils vendent les parts respectives de leurs anciennes entreprises et fondent Lounge Factory.

Le succès au Québec est instantané, malgré la brièveté des étés qui y sévissent. «La tendance du coconage extérieur est forte au Québec, surtout en temps de difficultés économiques», indique-t-il. Ces jours-ci, l'entreprise lorgne du côté des États-Unis, où l'investissement dans du mobilier de jardin est quelque chose de naturel. «C'est ce qui explique pourquoi nous courrons depuis déjà plusieurs années les salons internationaux. Il est important de bien maîtriser son marché de proximité avant de songer à exporter», conclut Dominic Larin.

loungefactory.com

200 000 litres

Production annuelle de la Microbrasserie Le Naufrageur. C'est l'équivalent d'une trentaine d'avions-citernes!

Parcours au Défi OSEntreprendre

Lauréat régional Réussite inc. 2016

Lauréat local 2008

Microbrasserie Le Naufrageur

L'opportunité : embouteiller manuellement ses bières !

Lorsque Cristelle Latrasse affirme qu'elle aime la transformation à partir de levures, d'eau et de céréales, ce n'est pas une parole en l'air. Détentrice d'une maîtrise en sciences et technologies des aliments, la Gaspésienne d'adoption – elle est née en France – a travaillé plusieurs années pour la boulangerie carletonnaise La Mie Véritable, fondée en 1997 par Louis-Franck et Sébastien Valade.

« Nous avons fait la mise en bouteille à la mitaine pendant deux ans. On a perdu le compte de nos tendinites et de nos ampoules! »

Cristelle Latrasse

C'est en 2008 qu'elle met sur pied la Microbrasserie Le Naufrageur avec Philippe Gauthier, Sébastien Hébert et les deux frères Valade. «À l'origine, en 1997, la logique aurait voulu que ce soit une microbrasserie qui voit le jour. Or, l'équipement de boulangerie était moins coûteux, ce qui explique pourquoi le pain a pris le dessus sur la bière», souligne-t-elle.

Le Naufrageur connaît un succès retentissant dès ses débuts, lors de la saison estivale 2008. Puis, l'automne s'est installé, chassant les touristes, principale source d'affaires. «Nous avons dû rapidement figurer un plan B sinon nous aurions mangé nos bas!», raconte Cristelle.

La petite équipe décide alors de se lancer dans l'embouteillage de cruchons afin d'exporter leur production à l'extérieur des frontières de Carleton-sur-Mer. «Nous avons fait la mise en bouteille à la mitaine pendant deux ans. On a perdu le compte de nos tendinites et de nos ampoules!», se souvient-elle. Ils se procurent une embouteilleuse automatique à la faveur d'un agrandissement en 2010.

Cette stratégie sera la bonne. Encore aujourd'hui, la Microbrasserie Le Naufrageur compte sur la vente de ses bières aux quatre coins du Québec pour prospérer entre septembre et mai – environ 75 % de sa production annuelle s'écoule d'ailleurs ainsi. «Un entrepreneur ne doit jamais s'asseoir sur ses lauriers : il doit toujours être en mode solution et innovation! Derrière chaque embûche se cache une opportunité d'affaires», estime Cristelle.

➔ lenuaufrageur.com



En Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine :
Cristelle Latrasse et la Microbrasserie Le Naufrageur



En Abitibi-Témiscamingue :
Ivan Lecours

35 000 pi²

Superficie des installations de Radiateur JMT, l'équivalent d'un demi-terrain de football!

Parcours au
Défi OS'Entreprendre

Lauréat régional
Réussite inc.
2017

Lauréat régional
2011

Radiateur JMT Ltée

Jamais trop tard pour entreprendre

Ivan Lecours manquait de défis... C'est chez Radiateur JMT, une PME de La Sarre, en Abitibi, qu'il a retrouvé la flamme, en rachetant l'entreprise en 2011. «Je collaborais avec le propriétaire d'alors depuis la fin des années 1990. Nous avons notamment fabriqué des radiateurs pour différentes compagnies minières de la région», raconte l'homme aujourd'hui âgé de 46 ans.

« Avec le recul, je me rends compte que j'ai toujours eu la fibre entrepreneuriale. Il m'a toutefois fallu attendre jusqu'à la fin de la trentaine afin de le réaliser pleinement. »

Ivan Lecours

Rapidement, il sonde d'autres marchés que l'Abitibi et échafaude des projets d'expansion. Pour ce faire, il mise sur les radiateurs facilement réparables, car dotés de composantes interchangeables en aluminium, qui font la renommée de Radiateur JMT. «Ce qui nous démarque de nos concurrents, c'est que nous misons à la fois sur la fabrication et la réparation de radiateurs. Cette complémentarité de services est très appréciée de nos clients, dont certains viennent d'aussi loin que l'Australie», explique-t-il.

Aujourd'hui, jusqu'à 200 personnes peuvent travailler pour Radiateur JMT selon les périodes de l'année, ce qui en fait un gros employeur de la région. Pas mal pour une entreprise dont le président ne se voyait pas brasser des affaires! «Avec le recul, je me rends compte que j'ai toujours eu la fibre entrepreneuriale. Il m'a toutefois fallu attendre jusqu'à la fin de la trentaine afin de le réaliser pleinement. Comme quoi il n'est jamais trop tard pour devenir entrepreneur!», s'exclame-t-il.

radiateurjmt.ca

258 heures

Nombre d'heures de projection du FCVQ. C'est l'équivalent de plus de 10 jours de projection!

Parcours au Défi OSEntreprendre

Lauréat régional Réussite inc. 2017

Lauréat local 2011

Festival de cinéma de la ville de Québec

Comment fonder un festival de cinéma ?

«Oli, ça ne te tenterait pas de fonder un festival de cinéma à Québec?» La scène se déroule lors de la soirée d'ouverture de l'édition 2010 des Rencontres internationales du documentaire de Montréal, pour lesquelles travaille alors Olivier Bilodeau. Sans le savoir, celle qui a pourtant lancé ces mots à la blague, Marie-Christine Laflamme, vient de précipiter toute une série d'événements...

«Je lui ai répondu non sur le coup. À l'époque, le Festival de cinéma des 3 Amériques de Québec venait de lancer la serviette. Finalement, le projet s'est concrétisé quelques mois plus tard, autour d'une bière», raconte Olivier Bilodeau, directeur de la programmation du Festival de cinéma de la ville de Québec (FCVQ). Entretemps, une troisième personne, Christophe Lemonnier, s'était jointe à l'aventure.

À la mi-mai 2011, le rêve devient réalité : le FCVQ reçoit l'assentiment de la Ville de Québec, dont l'administration souhaite ardemment le retour d'un tel événement. Les quatre mois qui suivent se résument à une épuisante course contre la montre afin de ficeler sa première édition. «Nous devons *scorer* fort dès nos débuts. Pas question de suivre la même courbe de croissance que les autres festivals de cinéma, qui revendiquent parfois plus de 40 ans d'expérience!», affirme-t-il.

Finalement, le FCVQ obtient la projection en avant-première de *Café de Flore*, du réalisateur québécois Jean-Marc Vallée. La crédibilité du festival n'était plus à faire. «Quand les distributeurs de films québécois ont vu cela, ils se sont tout de suite ralliés à notre cause», se souvient celui que rien ne prédestinait à devenir entrepreneur, outre ses «gènes entrepreneuriaux beaucerons».

Depuis, les éditions se succèdent à vitesse grand V pour le FCVQ. En 2017, c'est plus de 200 œuvres de documentaires, de courts et de longs métrages qui ont été projetées. En ouverture, les cinéphiles ont même eu droit au quatrième opus de Luc Picard : *Les Rois Mongols*. «Le FCVQ, c'est pour le grand public que nous le faisons. Nous pensons donc qu'il a droit à ce qu'il y a de mieux, point barre», conclut Olivier Bilodeau.

« Le FCVQ, c'est pour le grand public que nous le faisons. Nous pensons donc qu'il a droit à ce qu'il y a de mieux, point barre. »

Olivier Bilodeau

fcvq.ca



Dans la Capitale-Nationale : Olivier Bilodeau et toute l'équipe



Savonnerie des Diligences

En Estrie : Marie-Ève Lejour
et son équipe

Savonnerie des Diligences Mousser une bonne idée

250 000
savons

Nombre de savons produits par la Savonnerie des Diligences en 2017. C'est plus de 130 fois le nombre d'habitants d'Austin, dans les Cantons-de-l'Est, où l'entreprise est installée!

Pour plusieurs, les problèmes cutanés comme l'eczéma sont très invalidants. Mais pour Marie-Ève Lejour, ils sont plutôt une formidable source de motivation. Depuis 12 ans, la Montréalaise d'origine fabrique et distribue des savons à l'huile d'olive et des produits corporels naturels dans les Cantons-de-l'Est. Son entreprise, la Savonnerie des Diligences, mise sur des ingrédients simples, sains et bons pour l'environnement. « Nous voulons changer la vie des gens. C'est au cœur de ce que nous faisons », affirme la femme d'affaires de 41 ans.

« Je voulais m'impliquer dans un projet d'envergure tout en étant une maman présente. »

Marie-Ève Lejour

Rien ne prédestinait la détentrice d'un baccalauréat en littérature française à se lancer en affaires. C'est à la faveur d'un déménagement à la campagne en 2003, lui-même motivé par la naissance de son premier enfant, que l'idée lui vient. « Je voulais m'impliquer dans un projet d'envergure tout en étant une maman présente. Deux ans plus tard, la Savonnerie des Diligences voyait le jour à Eastman », raconte-t-elle.

Les débuts dans les locaux de 2000 pieds carrés situés au pied du mont Orford sont modestes. En 2012, l'entreprise revoit la mise en marché de ses produits et crée des légendes illustrées autour de chacun. Le public s'éprend alors d'amour pour ces « nouveaux » produits qui font appel aux émotions. La belle croissance a forcé le déménagement récent de l'entreprise dans des locaux plus spacieux à Austin. Aujourd'hui, elle emploie quinze personnes, est ouverte à l'année et approvisionne un réseau de 150 points de vente au Québec. « Ce qu'est devenue la Savonnerie des Diligences dépasse largement tout ce dont je rêvais initialement », admet-elle.

savonneriediligences.ca

Parcours au Défi OSEntreprendre

Lauréat régional Réussite inc. 2017

Lauréat local 2007



45 hectares

Superficie du vignoble Val Caudalies, soit environ six fois la superficie d'exposition du Musée du Louvre à Paris!

Val Caudalies

Vignerons, hommes d'affaires et rêveurs

Guillaume Leroux a longtemps cru qu'il était destiné à la restauration. Puis, au retour d'un voyage dans l'Ouest canadien, un heureux concours de circonstances amène l'étudiant au baccalauréat en gestion du tourisme et de l'hôtellerie à faire les vendanges. C'est le coup de foudre. «J'ai alors su que c'était dans le monde du vin que je souhaitais évoluer. Je me suis vu travailler ma terre, y cultiver la vigne, brasser des affaires», se souvient-il. Quelques années plus tard, il convainc deux de ses amis d'enfance, Julien Vaillancourt et Alexis Perron, de se lancer dans l'aventure avec lui. Les trois associés ont alors 25 ans.

Leur projet, le vignoble Val Caudalies, voit le jour en 2004 sur un verger à Dunham, dans la région touristique des Cantons-de-l'Est. Les débuts sont pour le moins éprouvants; tout était à faire, de la plantation de jeunes vignes à la production de cidres. «Nous vivions alors d'amour et d'eau fraîche! Comme nous n'avions pas un portefeuille bien rempli, nous avons dû faire preuve de beaucoup de créativité pour arriver à en vivre», explique l'homme d'affaires aujourd'hui âgé de 38 ans. Une de leurs premières initiatives est de joindre la Route des Vins, encore naissante.

Aujourd'hui, la réputation de Val Caudalies n'est plus à faire. 40 000 vignes de cépage Vidal et 1500 pommiers y produisent la matière première nécessaire à la fabrication de 70 000 bouteilles par année, lesquelles sont commercialisées sur un peu moins de douze mois par année. En outre, 35 000 visiteurs font annuellement escale au vignoble pour y goûter ses différents produits, dont le Lab Val Caudalies, un vermouth qui lui a notamment valu le prix Innovation du Conseil de la transformation alimentaire du Québec en 2016. «Notre succès, nous le devons à notre passion, que nous continuons à alimenter en préservant un mode de vie d'agriculteur rythmé par les saisons», affirme Guillaume Leroux.

«**Notre succès, nous le devons à notre passion, que nous continuons à alimenter en préservant un mode de vie d'agriculteur rythmé par les saisons.**»

Guillaume Leroux

valcaudalies.com



En Montérégie : Alexis Perron, Guillaume Leroux et Julien Vaillancourt

Parcours au
Défi OSEntreprendre

Lauréat régional
Réussite inc.
2017

Lauréat régional
2007





En Chaudière-Appalaches : Audrey Lessard

2000 pi²

Superficie accueillante de la Clinique Podiatrique des Appalaches, soit l'équivalent d'une quinzaine d'espaces de stationnement!

Parcours au
Défi OSEntreprendre

Lauréat régional
Réussite inc.
2017

Lauréat régional
2010

Clinique Podiatrique des Appalaches Une podiatre «à l'écoute» de ses patients

La docteure Audrey Lessard ne peut prendre des notes ni détourner le regard lorsqu'un patient lui confie ses problèmes. Sinon, il lui serait impossible de le comprendre! «Contrairement à ce qu'on pourrait croire, être sourde n'est pas désavantageux. Bien au contraire : cela m'amène à être beaucoup plus à l'écoute de ce qu'on me dit. Certains patients me confient même se sentir davantage pris en charge que lors de leur visite chez leur médecin de famille!», explique la podiatre par le biais de son interprète.

« Surtout, on y change véritablement la vie des gens. La reconnaissance de mes patients est mon véritable salaire. »

Audrey Lessard

C'est le manque de défis dans le cadre de son précédent emploi qui a incité Audrey Lessard à se lancer à son propre compte en 2010. Avec le recul, la femme d'affaires avoue toutefois que l'expérience acquise d'abord à titre de salariée lui a été d'une aide précieuse dans les débuts de la Clinique Podiatrique des Appalaches. «Pendant un an, j'ai pu observer mes collègues plus expérimentés afin d'apprendre à gérer les horaires et les autres impondérables inhérents à une clinique», souligne-t-elle.

L'entrepreneuriat n'était pas une branche dans laquelle se voyait pourtant évoluer la professionnelle, elle qui s'est tournée vers une carrière en santé par passion avant tout. «J'ai choisi la podiatrie parce qu'on touche un peu à tout, de la chirurgie aux infiltrations de cortisone, en passant par la médication. Surtout, on y change véritablement la vie des gens. La reconnaissance de mes patients est mon véritable salaire», estime Audrey Lessard.

➔ cliniqueappalaches.com

6 tonnes

Chocolat fabriqué annuellement de façon artisanale par Chaleur B Chocolat, l'équivalent du poids d'un éléphant !

Parcours au Défi OSEntreprendre

Lauréat régional Réussite inc. 2017

Lauréat régional 2006

Alter-Direct International inc. Café et chocolat au bord de la mer

L'histoire de Dany Marquis débute à Montréal, quelque part au début des années 2000, alors que ce dernier est pris dans la congestion routière – encore, comme tous les matins. À 26 ans, le père de deux jeunes enfants, gestionnaire de projets pour des stations de télévision de la métropole, est assoiffé de liberté. « Avec ma conjointe, nous avons alors décidé de changer de rythme de vie et de déménager », raconte-t-il. Direction : Carleton-sur-Mer en Gaspésie où, à défaut de se replacer dans son domaine, il ouvre un café-librairie en bordure de la Baie-des-Chaleurs. « Ça été l'étincelle de départ », explique le président d'Alter-Direct International, mieux connu à travers ses marques de commerce Brûlerie du Quai et, depuis 2014, Chaleur B Chocolat.

Si le concept de librairie est rapidement abandonné, celui de café gagne en popularité ! Lors de la saison touristique, quelques-uns des passagers des 6000 voitures qui passent devant son commerce s'arrêtent pour goûter le savoir-faire du néo-torréfacteur. Encouragé par leurs commentaires largement positifs, Dany Marquis investit dans une boutique en ligne et perfectionne son art. Des stratégies qui, de fil en aiguille, l'amènent à vendre les produits de la Brûlerie du Quai dans des marchés d'alimentation de l'est du Québec. « Avec des produits comme le café et le chocolat, nous nous devons d'être excellents, rien de moins. Sinon, les clients te boudent et ils ont raison de le faire », pense l'homme d'affaires.

Après un bref flirt avec le monde de la franchise au début des années 2010, la Brûlerie du Quai se recentre et investit toute son énergie dans la torréfaction. Désormais, l'entreprise se spécialise dans l'achat de lots de café haut de gamme provenant des quatre coins du monde et dans leur distribution au Québec ainsi qu'au Canada. Aujourd'hui, Alter-Direct International emploie quatorze personnes à temps plein et torréfie environ 70 000 kg de café par année. « Je suis la preuve vivante qu'il est essentiel de savoir se réinventer et pivoter lorsque cela est nécessaire. S'obstiner dans un créneau qui n'est pas viable est une condamnation à disparaître », affirme Dany Marquis.

« Je suis la preuve vivante qu'il est essentiel de savoir se réinventer et pivoter lorsque cela est nécessaire. »

Dany Marquis

brulerieduquai.com



En Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine :
Dany Marquis



Sur la Côte-Nord : Marie-Claude Lévesque

60 000 tonnes

Matériaux détournés de l'enfouissement depuis que Transformation des Métaux du Nord opère. C'est pratiquement plus que le poids du Titanic!

Parcours au Défi OS'Entreprendre

Lauréat régional Réussite inc. 2016

Lauréat local 2009

Transformation des Métaux du Nord Seconde vie aux matériaux de construction

Là où certains voient des matériaux de construction bons pour la poubelle, Marie-Claude Lévesque relève plutôt des produits récupérables. La présidente de Transformation des Métaux du Nord a fondé son entreprise il y a douze ans, après avoir constaté que les débris de construction et de démolition prenaient systématiquement le chemin de l'enfouissement. « Par exemple, on se débarassait de madriers de bois utilisés pour les coffrages alors qu'ils étaient encore parfaitement utilisables. Il y avait une possibilité de les revaloriser, mais ce n'était pas fait », se souvient la femme de 38 ans.

« Je savais que je voulais être entrepreneure depuis que j'étais haute comme trois pommes. Par contre, je désirais me lancer dans un projet qui me passionnait. »

Marie-Claude Lévesque

Alors répartitrice de boîtes de rebuts chez Fortin-Lévesque, une entreprise familiale appartenant à son père, elle décide de voler de ses propres ailes.

« Je savais que je voulais être entrepreneure depuis que j'étais haute comme trois pommes. Par contre, je désirais me lancer dans un projet qui me passionnait. Ça finalement été le recyclage! », s'exclame-t-elle. Il lui aura fallu deux ans « de paperasse et de démarchage » avant d'obtenir le feu vert des autorités pour opérer son centre de tri situé à Ragueneau, sur la Côte-Nord.

La proximité et les économies sont les deux chevaux de bataille sur lesquels mise Transformation des Métaux du Nord pour se démarquer de sa concurrence. « En moyenne, il en coûte aux entrepreneurs en construction 25 \$ de moins par tonne pour faire affaire avec nous plutôt que d'opter pour l'enfouissement. C'est un incitatif fort pour les forcer à recycler », explique Marie-Claude Lévesque. Et ça marche : 90 % des matières qui rentrent au centre sont revalorisées par les huit employés qui y travaillent à l'année.

tmninc.ca

25 000
personnes

Nombre de personnes par année qui mettent les pieds à la coopérative du Café culturel de la Chasse-galerie. Presque le double de la population de Lavaltrie, qui est de 15 000 habitants!

Parcours au
Défi OSEntreprendre

Lauréat régional
Réussite inc.
2016

Lauréat local
2006

Café culturel de la Chasse-galerie

L'importance d'une vision communautaire

La première année où des amuseurs de rue de Lavaltrie ont confié à Jean-Sébastien Martin et son ami d'enfance Simon Roy la responsabilité d'organiser un spectacle, le duo alors âgé de seize ans disposait d'un budget de 500 \$. Trois ans plus tard, en 1999, ce qui était devenu le Festival Jeunesse Extrême avait multiplié par seize ce chiffre, le faisant grimper à 8000 \$ grâce notamment à un partenariat avec la ville Lanaudoise.

« Cette année-là, nous avons réussi à attirer environ 2500 personnes. C'est réellement à partir de ce moment que nous avons commencé sérieusement à réfléchir à l'idée du Café culturel de la Chasse-galerie. Sans cette expérience, nous n'aurions probablement jamais eu notre vision ni goûté à l'entrepreneuriat », raconte Jean-Sébastien Martin, dont les parents ont toujours été impliqués dans la communauté locale.

« C'était un véritable projet de communauté. »

Jean-Sébastien Martin

Le projet d'entreprise événementielle reste sur la glace pendant plusieurs années, le temps que les deux jeunes adultes fassent leurs études. Cela ne les empêche pas de continuer à travailler à sa gestation, à temps perdu. Puis, en 2005, ils enclenchent la vitesse supérieure et déposent un plan d'affaires à leur centre local de développement. Ce dernier convainc tout un réseau de gens et d'organismes de se lancer dans cette aventure et de concrétiser ce projet à Lavaltrie.

« C'était un véritable projet de communauté. Encore aujourd'hui, la coopérative du Café culturel de la Chasse-galerie est ancrée dans celle-ci. Elle est d'ailleurs son plus gros produit d'appel touristique; 20 % de son audience provient de plus de 50 km de la ville », avoue celui qui est maintenant directeur de service de la culture de Lavaltrie.

Située en bordure du fleuve Saint-Laurent, la coopérative du Café culturel de la Chasse-galerie tient environ 150 événements par année dans sa salle de 100 places aménagée à même une vieille grange en bois retapée au goût du jour. Elle emploie dix personnes à temps plein.

chasse-galerie.ca

Dans Lanaudière : Jean-Sébastien Martin



En Mauricie : André Trudel, Franck Chaumanet, Isaac Tremblay et Luc Bellerive

1,5 million
de litres

Production de bière brassée en 2016 par le Trou du Diable; assez pour remplir la moitié d'une piscine olympique!

Parcours au
Défi OSEntreprendre

Lauréat régional
Réussite inc.
2015

Participant
2005

Le Trou du Diable Petit train va très loin !

Lorsque la microbrasserie le Trou du Diable a été fondée en 2005, le Québec ignorait tout de la bière artisanale et de sa fabrication. C'était l'époque où à peine une trentaine de permis d'artisans brasseurs et de brasseurs industriels étaient délivrés dans toute la province – on en compte aujourd'hui plus de 150.

«Il y avait une ignorance pure et simple du produit. Dans la tête de nombreux Québécois, il était inconcevable de fabriquer soi-même de la bière», se souvient Isaac Tremblay, président et directeur du développement des affaires du Trou du Diable.

«**Au début, il y avait une grande place pour l'essai-erreur, et ce, à tous les niveaux. Il a fallu apprendre beaucoup en cours de route.**»

Isaac Tremblay

Le chemin parcouru depuis, par ce fleuron de la revitalisation économique de Shawinigan, est à l'image des délicieuses boissons houblonnées et maltées qu'il brasse : enivrant. Surfant sur la soudaine vague de popularité des microbrasseries au Québec, l'entreprise emploie aujourd'hui plus de 100 personnes dans l'une ou l'autre de ses multiples ramifications. Car, en plus du pub et de l'usine de production et de distribution, le Trou du Diable tient boutique, gère une salle de réception et s'implique activement dans la communauté shawiniganaise.

Selon Isaac Tremblay, ce formidable succès serait dû à un joli mélange de persévérance, de patience et d'un brin de folie. «En fait, moi et mes partenaires n'avons jamais rien voulu d'autre que de payer nos factures à la fin du mois! Par conséquent, nous ne sommes jamais pressés, ce qui nous a permis de croître tranquillement, mais sûrement, chaque année, en réinvestissant nos billes au fur et à la mesure que nous les accumulions», explique-t-il.

Un modèle de gestion empreint de sagesse, mais pourtant appris sur le tas. «Au début, il y avait une grande place pour l'essai-erreur, et ce, à tous les niveaux. Il a fallu apprendre beaucoup en cours de route. Je ne suis pas prêt d'affirmer que l'entrepreneuriat était une vocation pour nous. Nous y avons une pension», conclut-il.

troududiable.com

100 ans

Nombre d'années qui séparent les clients les plus jeunes et les plus âgés à la Clinique podiatrique Elizabeth Pellerin. 1 siècle!

Parcours au Défi OSEntreprendre

Lauréat régional Réussite inc. 2017

Lauréat régional 2011

Clinique Podiatrique Elizabeth Pellerin

Partir du bon pied

Sur près de 9000 heures de cours qu'a suivi Elizabeth Pellerin pour devenir podiatre, environ 130 ont été dédiées à l'entrepreneuriat. Une formation qui demeure bien mince en regard des défis inhérents à ce choix de carrière, mais qui a tout de même convaincu la jeune femme, alors âgée de 24 ans, de fonder sa propre clinique en 2011. «Je viens de Drummondville, une ville qui était mal desservie en la matière à l'époque. J'ai donc décidé de revenir m'y installer à la fin de mes études», raconte la professionnelle de la santé.

Les débuts de la Clinique Podiatrique Elizabeth Pellerin amènent leur lot de défis. De la difficulté de se faire prendre au sérieux compte tenu de son jeune âge à son manque d'outils en entrepreneuriat, la podiatre doit constamment faire ses preuves. «Je n'ai pas eu le choix d'aller chercher d'autres formations, à l'extérieur des bancs d'école. Aussi, j'ai appris à m'entourer des bonnes personnes, de manière à prendre les bonnes décisions», explique celle qui en fait un des principaux facteurs de la réussite en entrepreneuriat.

L'équipe de la clinique podiatrique est aujourd'hui constituée de trois podiatres, d'une infirmière et de trois assistantes. Chaque jour, l'équipe voit de 20 à 50 patients, selon les cas. «Nous prenons le temps de bien traiter les gens en leur expliquant ce que nous faisons, pourquoi nous le faisons et dans quels objectifs. L'idée de prévenir au lieu de guérir est ce qui me nourrit au quotidien et je suis heureuse de pouvoir le faire», admet Elizabeth Pellerin.

« Aussi, j'ai appris à m'entourer des bonnes personnes, de manière à prendre les bonnes décisions. »

Elizabeth Pellerin

➔ monpodiatre.ca

Au Centre-du-Québec : Elizabeth Pellerin



Dans Lanaudière : Patrice Lalancette

375 mètres

Altitude à laquelle se situe le spa La Source Bains Nordiques. C'est plus haut que le Mont-Royal, qui culmine à 233 mètres!

Parcours au Défi OSEntreprendre



Lauréat régional Réussite inc. 2014

Lauréat national 2006

La Source Bains Nordiques

Détente extrême

Patrice Lalancette se souviendra toujours de ce jour, au tournant des années 2000, où lui et sa conjointe Caroline Simard ont découvert les bains nordiques. Les deux vingtenaires ne connaissaient pas encore cet univers lorsqu'ils ont mis les pieds dans un prestigieux spa des Laurentides.

«Nous nous attendions à nous faire pomponner. Au contraire! Nous avons tous deux découvert une activité de détente extrême qui parlait à nos fibres d'amateurs d'adrénaline. Ça été le coup de foudre», raconte-t-il.

« C'est en partie le goût de revenir où nous avons grandi qui nous a motivés à nous lancer dans cette aventure. »

Patrice Lalancette

Quelques années plus tard, le couple inaugure le spa La Source Bains Nordiques à Rawdon, dans Lanaudière. Leur but : devenir une véritable référence dans le domaine des spas nordiques au Québec. Dès le départ, les deux entrepreneurs misent sur la personnalité unique de leur destination située entre une paroi de roc et une colline, en plein cœur d'une forêt dense. «Avec ses étangs naturels, ses bassins creusés à même la falaise et ses vues panoramiques, nos installations épousent la nature à la perfection», souligne Patrice Lalancette.

En outre, un grand souci du détail est accordé à l'offre culinaire qui met l'accent sur les produits du terroir lanauois, la région natale du couple d'entrepreneurs. «C'est en partie le goût de revenir où nous avons grandi qui nous a motivés à nous lancer dans cette aventure. Encore aujourd'hui, c'est notre plus grande source de bonheur. Imaginez : nos 75 employés sont majoritairement issus de la région. Ce n'est pas rien!», conclut-il.

lasourcespa.com

3000 secondes

Durée totale de toutes les publicités télévisées réalisées par Nova Film annuellement, l'équivalent de deux épisodes d'une télésérie!

Parcours au
Défi OSEntreprendre

Lauréat régional
Réussite inc.
2015

Participant
2007

Nova Film

Concrétiser des idées démentes

Ténacité. David Poulin-Darveau et François Lallier en ont fait preuve devant bien des commentaires «c'est un beau projet sur papier, mais il ne marchera pas. Si c'était aussi facile, il existerait déjà des entreprises comme la vôtre». Alors inscrits dans un profil entrepreneurial à l'université, les deux jeunes hommes rêvent de produire des vidéos publicitaires de grande qualité pour le compte de clients prestigieux.

Leur idée : investir de leur propre temps, argent et énergie dans les productions auxquelles ils croient. «Nous voulions nous positionner comme la boîte qui réalise les idées démentes mises de côté, faute de moyens», se souvient David Poulin-Darveau. Depuis le début de l'aventure, le tandem réalise même gracieusement certaines vidéos.

Dix ans plus tard, force est de constater qu'ils ont eu raison d'oser! Au fil de sa croissance, l'entreprise de Québec Nova Film a notamment réalisé des publicités pour Subway, CCM et Les Fromages d'ici. Une pub produite pour le compte de Krispy Kernels lui a même valu l'obtention d'un Lion de bronze à l'édition 2014 du Festival international de la créativité de Cannes. «Certains travaillent toute une vie sans pouvoir mettre la main sur cette précieuse distinction. C'est très prestigieux», dit-il. Récemment, Nova Film a récidivé avec une publicité de la bière Farnham Ale & Lager.

Selon David Poulin-Darveau, «Le succès de Nova Film tient à un seul ingrédient : la passion. Elle est importante, car c'est à elle que l'on carbure au quotidien. Pour la garder intacte, nous n'hésitons pas à choisir des mandats qui nous stimulent, même s'ils sont moins rentables. C'est ce qui explique pourquoi aucun de nos vingt employés ne compte ses heures : tout le monde a le goût de faire partie de l'aventure!»

« Le succès de
Nova Film tient
à un seul ingrédient :
la passion. »

David Poulin-Darveau

novafilm.com

Dans la Capitale-Nationale :
David Poulin-Darveau



À Laval : Annie Racicot

260 heures

Consultations hebdomadaires offertes à la Clinique Inspiration, l'équivalent en heures pour faire 4 fois le tour de la terre en avion!

Parcours au Défi OS Entreprendre

Lauréat régional Réussite inc. 2016

Lauréat régional 2007

Clinique Inspiration

L'équilibre avant tout

Lorsqu'elle a mis les pieds chez IBM Canada au milieu des années 1990, Annie Racicot, alors dans la jeune vingtaine, ne se doutait pas qu'elle y apprendrait les rudiments de l'entrepreneuriat. Fraîchement sortie des bancs universitaires avec, en poche, un certificat en marketing, elle ne se voyait pas tout de suite se lancer en affaires, un rêve qu'elle a pourtant toujours caressé. « Il me manquait l'expérience, la maturité, le réseau et, surtout, l'argent. C'est ce que je suis allé chercher chez IBM, où j'ai relevé les défis qui m'ont été lancés et gravi les échelons, raconte-t-elle. L'entrepreneure que je suis aujourd'hui a beaucoup été marquée par son passage là-bas. »

« Des semaines de 70 heures, je n'ai jamais connu ça, et je suis fière de le dire. »

Annie Racicot

Annie Racicot fonde, en 2007 à Laval, la Clinique Inspiration. C'est à la suite de sa seconde grossesse qu'une amie lui fait découvrir le Pilates, une méthode d'entraînement douce aux bénéfices multiples qui rejoignent tout particulièrement la danseuse classique en elle. C'est le coup de foudre instantané. « Quand on arrive à l'âge adulte, l'offre de conscience corporelle est peu variée. L'intérêt de la méthode Pilates, c'est qu'elle permet de développer cet aspect. À l'origine, son fondateur Joseph Pilates la surnommait d'ailleurs *contrology science* », explique-t-elle. Si la clinique lavalloise attire surtout des femmes de tous les âges, de plus en plus d'hommes et d'enfants la fréquentent également.

Au fil des années, l'ostéopathie ainsi qu'une approche novatrice de physiothérapie par le Pilates se sont ajoutés à l'offre initiale. Le Pilates demeure au centre de la philosophie de la Clinique Inspiration, dont l'objectif a toujours été d'améliorer la qualité de vie de sa clientèle. « C'est comme ça que je conçois l'entrepreneuriat : comme une source d'équilibre plutôt que d'excès. Je me suis moi-même lancée en affaires afin de me dégager du temps et de faciliter mon quotidien avec deux jeunes enfants. Des semaines de 70 heures, je n'ai jamais connu ça, et je suis fière de le dire », affirme Annie Racicot.

cliniqueinspiration.com

400 livres

Capacité de production horaire de beurre fondant d'érable Biodélices, l'équivalent du poids d'une demi-corde de bois à l'heure!

Parcours au
Défi OSEntreprendre

Lauréat national
Réussite inc.
2014

Lauréat régional
2008

Biodélices inc. Miser sur la qualité de notre matière première : le sirop d'érable

Quand nos premiers ministres désirent sucrer la dent de leurs invités, ils offrent des gelées, beurres et sirop d'érable issus du savoir-faire de Biodélices. C'est dire la qualité des produits biologiques de l'érable mitonnés par cette entreprise de Thetford Mines! « Mon cousin, Serge Dubois, et moi venons de familles acéricoles, ce qui explique la grande attention que nous accordons au sirop d'érable ainsi qu'à sa transformation », affirme François Dubois, président de Biodélices.

Lors du démarrage de leur entreprise en 2007, les Dubois mettaient pourtant les pieds dans un marché pratiquement saturé. Pour s'y démarquer, ils misent sur une approche unique qu'ils sont alors les seuls au Québec à offrir.

« Tous nos produits sont faits à base d'érable à sucre et non de lots de mélange de plusieurs espèces d'érable. Leurs qualités gustatives sont supérieures, souligne le trentenaire. C'est un peu comme le vin : nous misons sur la qualité de notre matière première! »

Le pari porte ses fruits. Depuis dix ans, Biodélices maintient une croissance de son chiffre d'affaires toujours au-dessus de 30 %. Aujourd'hui, ses produits sont disponibles dans plus de 300 points de vente au Québec et s'apprêtent à trouver leur place sur les tablettes du Vieux Continent. Pas mal pour deux pères de famille qui, ensemble, cumulent sept enfants âgés de dix ans et moins! « Jamais notre famille n'a souffert de nos projets entrepreneuriaux. C'est une grande fierté pour nous. Nous sommes la preuve vivante que l'équilibre familial et le succès en affaires sont compatibles », conclut-il.

« Nous sommes la
preuve vivante que
l'équilibre familial et
le succès en affaires
sont compatibles. »

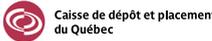
François Dubois

bidelices.ca



En Chaudière-Appalaches :
François Dubois et Serge Dubois

Des partenaires et des alliés engagés!

Présentateur 	En titre 	Platine  
Or  	Média 	Argent   
Bronze      		
Bronze et alliés stratégiques     		
Alliés stratégiques                 		



Puissant générateur de fierté, OSEntreprendre MOBILISE, depuis 20 ans, la force des réseaux pédagogiques, économiques et sociaux dans les 17 régions du Québec et fait RAYONNER les initiatives entrepreneuriales pour INSPIRER un plus grand nombre de personnes à croire en elles et à passer à l'action.

Mission

Inspirer le désir d'entreprendre pour contribuer à bâtir un Québec fier, innovant, engagé et prospère

Vision

Être un symbole de mobilisation et un révélateur de passions entrepreneuriales

Valeurs

Respect
Agilité
Engagement

Ce projet a initialement vu le jour avec la section *Modèles inspirants Réussite inc.* du site internet

OSEntreprendre remercie le Gouvernement du Québec pour le soutien au volet Réussite inc. qui rend possible cette publication

Imprimé à Montmagny par Marquis

© 2018 OSEntreprendre. Tous droits réservés

Dépôt légal

Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2018
ISBN 978-2-923659-40-4

Crédits

Direction : Manon Thériberge
Supervision éditorial et numérique : Isabelle Guerrette
Rédaction : Maxime Bilodeau
Coordination de la publication : Amélie Soucy-Gauthier
Conception graphique : Isabelle Jobin, graphiste
Révision et correction : Lise Castonguay
Soutien projet numérique : Sabrina Marcoux
Coordination Réussite inc. :
Éric Darveau et Chantale Tremblay
Photos : avec l'aimable autorisation des entrepreneurs et entrepreneures; p. 19 : Marrie-Eve Larente
Référence 2^e couverture : LECLERC, Félix. *Le Calepin d'un flâneur*. Montréal, Fides, 1961, 170 p., p. 75
Cet extrait a été reproduit aux termes d'une licence accordée par COPIBEC

OSEntreprendre
1035, De La Chevrotière, 14^e étage, Québec (QC) G1R 5A5
osentreprendre.quebec

moi j'osentreprendre^{MD}!



osentreprendre^{MD}
mobiliser | rayonner | inspirer