

Cheffes de file

La force d'une communauté d'entrepreneures

Une initiative unique dont l'objectif vise à propulser la croissance des entreprises à propriété féminine

Codéveloppement, ateliers de formation et opportunités de réseautage, l'initiative Les Cheffes de file propose aux entrepreneures une offre d'accompagnement variée.

Vous êtes à la tête d'une entreprise québécoise dont le chiffre d'affaires se situe entre 5 et 50 millions? Rejoignez la communauté.

cheffesdefile.com



5^e PALMARÈS DES ENTREPRISES AU FÉMININ

ELLES ONT LA COTE :
146 ENTREPRISES ONT ATTEINT
UN CHIFFRE D'AFFAIRES DE
5 MILLIONS DE DOLLARS
OU PLUS L'AN DERNIER.

Le 5^e Palmarès des entreprises au féminin de Premières en affaires est présenté par la CDPQ. L'initiative est réalisée en collaboration avec L'initiative Femmes de la Banque Scotia, Sun Life, l'Ordre des CPA du Québec, l'École de gestion John-Molson de l'Université Concordia et BDC, avec le soutien de EY et la participation du Réseau des Femmes d'affaires du Québec. Les données sont compilées par Léger.

CONQUÉRIR LES MARCHÉS ET LES CŒURS DEPUIS 20 ANS



La marque de cosmétiques Karine Joncas célèbre cette année son 20^e anniversaire. L'entrepreneure affiche une belle sérénité pour l'avenir de la compagnie.

L'histoire de la marque Karine Joncas est bien connue au Québec, et ce depuis bientôt 21 ans. Quelle est la recette d'un tel succès sur le long terme ?

C'est sûr que cette année représente un moment charnière pour l'entreprise. On regarde ce qu'on a accompli jusqu'ici, on pense au futur. C'est tout un défi, car les choses changent vite – par exemple, lorsqu'on a démarré l'entreprise, les réseaux sociaux n'étaient pas aussi présents qu'aujourd'hui, et on n'achetait pas ses cosmétiques en ligne. Ces transformations ont forcément amené leur lot de questions, surtout pour moi qui suis très « terrain » : je tiens fort à la proximité avec ma clientèle. Comme disait ma mère, il n'y a pas de miracle : le succès arrive si on s'intéresse réellement à ses clients. Alors oui, je suis présente en ligne, mais ce n'est pas une fin en soi. Mon terrain de jeu reste les pharmacies. Je fais toujours la formation des cosméticiennes, car mon objectif principal est le même depuis les 20 dernières années : que mes clientes adoptent une bonne routine beauté pour leur peau !

Comment les bons coups passés influencent-ils votre stratégie pour le futur ?

Je ne gagne pas de trophées tous les jours : mon succès en tant que femme d'affaires passe d'abord et avant tout, et ce depuis toujours, par ma

clientèle –, leur fidélité, notre place dans les palmarès de ventes, notre position de numéro un au Québec en tant que gamme québécoise pour les soins du visage en pharmacie. C'est un travail d'équipe formidable. La marque ne serait pas où elle en est sans mes collègues au siège social et sans les cosméticiennes en pharmacie. Donc ce qui influence mes décisions pour l'avenir reste cette volonté de proximité avec le terrain, car c'est ce qui m'a permis d'identifier les besoins des femmes actives et de bénéficier du bouche-à-oreille. C'est un gage de confiance ultime pour lequel je suis très reconnaissante. Maintenant, j'ai juste le goût de faire la différence, mais toujours un petit pas à la fois.

Comment avez-vous fait pour vous positionner parmi les grands joueurs de l'industrie des cosmétiques ?

À mes débuts, je courais sans m'arrêter, un peu comme Forrest Gump. Et puis j'ai réalisé que j'étais rendue dans les positions de tête. Aujourd'hui, je suis consciente de l'importance de mettre les énergies au bon endroit, en tenant compte de la réalité du marché. C'est essentiel de se fixer des objectifs ambitieux, mais atteignables. Vous me direz que c'est du gros bon sens, mais ce n'est pas toujours évident à réaliser. Pour moi, c'est une des composantes

« Je tiens à la proximité avec ma clientèle. Comme disait ma mère, il n'y a pas de miracle : le succès arrive si on s'intéresse réellement à ses clients. »

de notre valeur d'efficacité : chercher à obtenir le maximum de résultats en optimisant les efforts et les coûts. Je vois les défis comme des occasions favorables et je persévère malgré les obstacles.

On vous sent très sereine. Que ressentez-vous à l'aube des 21 ans de votre entreprise ?

Honnêtement, je n'ai pas vu le temps passer, c'est assez vertigineux. Ça a pris environ 12 ans pour se positionner en tant que leader sur le marché, et je n'ai pas 20 nouvelles années devant moi. Alors je me demande ce que j'aurais voulu faire et que je n'ai pas fait, ce que j'ai envie de lancer pour élargir notre offre de produits. On vient par exemple de lancer des parfums, qui se vendent bien. Les idées sont nombreuses, mais je ne veux pas m'éparpiller. Les 10 prochaines années vont être consacrées à la consolidation des acquis et de l'équipe. Ma plus grande fille souhaite joindre l'entreprise familiale, par exemple, et même si elle travaille ici à temps partiel depuis de nombreuses années, une telle intégration se prépare comme il faut.

J'imagine que vous souhaitez aussi consolider votre présence sur les marchés hors Québec ?

Je suis à la tête d'une entreprise locale ; donc, continuer de développer mon marché québécois avec davantage de ressources reste une de mes priorités. Cependant, j'aimerais que la marque s'intègre sur le marché canadien anglais et que l'on continue nos lancements aux États-Unis. Je me vois bien terminer ce 360 degrés avec une introduction réussie et à long terme aux États-Unis : nous avons tant travaillé ce projet, ce serait une belle récompense.

KARINE JONCAS

« Je souhaite que les femmes en affaires assument leurs succès et leurs compétences avec fierté. Je désire qu'elles s'entourent de femmes et d'hommes bienveillants et qualifiés. J'ai envie qu'elles continuent de diriger leurs entreprises instinctivement et de façon intègre. Les femmes en affaires sont chevronnées en création, en finance, en management; je rêve qu'elles se voient aussi inspirantes que dans mes yeux à moi. »

– Nathalie Nasser, Bleu Lavande

LE PALMARÈS EN CHIFFRES

- 146 entreprises ont un chiffre d'affaires de plus de 5 millions de dollars.
- 26 grandes entreprises ont un chiffre d'affaires de plus de 50M\$.
- 73 moyennes entreprises ont un chiffre d'affaires de 10 à 50M\$.
- 47 entreprises dans la catégorie des forces vives ont un chiffre d'affaires de 5 à 10M\$.

SOMMAIRE

- 27 **DERMAPURE: UN RÉSEAU EN CROISSANCE**
Déborah Cherenfant
- 28 **L'INTERVALLE: UNE CROISSANCE ÉTHIQUE**
Aurore Le Bourdon
- 30 **MAGUIRE: DES CHAUSSURES COLORÉES**
Maureen Jouglain
- 33 **PASSER L'HIVER AVEC AUDVIK**
Francis Gosselin
- 34 **LA PAROLE AUX ENTREPRENEURES**
- 35 **NATURMANIA, DU TEXTILE QUI DURE**
Stéphane Desjardins
- 36 **CONSTRUCTION: UN + POUR LES LOCALITÉS**
Claude Plante
- 38 **DES TOITS BLEUS ET DES HORIZONS DE CROISSANCE**
Claude Plante
- 40 **DES SOLUTIONS POUR LE BIEN-ÊTRE DES EMPLOYÉES**
CONTENU PARTENAIRE
- 41 **LES GRANDES ENTREPRISES plus de 50 millions\$**
- 44 **FINANCEMENT D'ENTREPRISE: LES BONS RÉFLEXES**
CONTENU PARTENAIRE
- 46 **PME MTL VISE LE LEADERSHIP AU FÉMININ**
CONTENU PARTENAIRE
- 47 **LES MOYENNES ENTREPRISES 10 à 50 millions\$**
- 53 **LES FORCES VIVES 5 à 10 millions\$**
- 58 **FATIHA SENHAJI DEVIENT VICE-PRÉSIDENTE, DIVERSITÉ DE LA CLIENTÈLE À BDC**
CONTENU PARTENAIRE
- 59 **ÉTOILES MONTANTES**

DES MODÈLES ET DES LEVIERS DE CROISSANCE

Le Palmarès est différent des contenus à vocation mobilisatrice, qui foisonnent dans l'espace numérique. Avec les données que nous colligeons depuis 2019, notre dossier présente une analyse de performance sur la base de critères chiffrés et quantifiables, comme le chiffre d'affaires annuel, le nombre d'employés, le secteur d'activité et la durée de vie des entreprises. Plus de cinq ans après avoir réfléchi avec la CDPQ à l'essence de ce Palmarès, la pertinence de l'initiative se confirme, année après année, et l'objectif demeure: mettre en lumière la contribution des femmes entrepreneures à l'économie du Québec. Mais aussi proposer des modèles de femmes qui, par leur succès, encourageant la relève à se faire connaître.

Plus de cinq ans après avoir réfléchi avec la CDPQ à l'essence de ce Palmarès, la pertinence du dossier se confirme, année après année.

Mission accomplie: le Palmarès a généré un effet d'entraînement et la visibilité des femmes d'affaires est sans précédent dans les médias. De plus en plus de femmes lèvent la main pour se démarquer à leur tour. Concrètement, grâce aux rouages de l'écosystème, les projets se matérialisent. Ces entrepreneures décrochent des contrats; elles peuvent aussi financer des acquisitions, des entrepôts, de la machinerie, une transition écologique ou encore percer de nouveaux marchés. Plus encore, ces femmes se parlent, elles recrutent leurs paires et deviennent ainsi à la fois des modèles et des leviers.

Longue vie au *Palmarès des entreprises au féminin* et à toutes les relations d'affaires qui voient le jour au fil des magazines!

DÉBORAH LEVY
Rédactrice en chef

Les données de ce dossier ont été compilées par Léger. Nous analysons les structures d'entreprises candidates et privilégions les entreprises dont les sièges sociaux sont au Québec, avec des structures juridiques non composées. La priorité est donnée aux entreprises qui figuraient dans les éditions précédentes du Palmarès à des fins d'analyse comparative. Nous analysons aussi la combinaison des critères d'actionariat et de leadership féminins.



Offrir aux entreprises
dirigées par des
femmes un accès
impartial au capital.

initiativefemmesbanquescotia.com

L'INITIATIVE
FEMM = S
Banque Scotia

27% DES ENTREPRISES LISTÉES AU PALMARÈS
ENVISAGENT L'EXPANSION PAR ACQUISITION.

DERMAPURE : UN RÉSEAU EN CROISSANCE

Marilyne Gagné dirige Dermapure, une entreprise qui exploite le plus grand réseau de cliniques de médecine esthétique haut de gamme au Canada. Cette femme d'affaires aguerrie a le don de nous ramener à l'essentiel : prendre soin de soi et de sa santé globale.

DÉBORAH CHERENFANT

Cet état d'esprit se ressent dans la croissance que connaît Dermapure, dont le chiffre d'affaires a doublé à la suite d'une fusion annoncée en 2022. Cette croissance par acquisition permet à l'entreprise d'exploiter un réseau de près de 70 cliniques d'esthétique au Canada, alors qu'avant, la marque Dermapure n'était présente que dans 16 cliniques au Québec pour un total d'une trentaine dans l'ensemble du Canada. « Une chance que j'aime le changement », avance la femme d'affaires. Le changement fait aussi partie du quotidien de cette industrie et de sa clientèle, toujours à la recherche de bien-être. Pour Marilyne Gagné, l'esthétique médicale a gagné en popularité depuis la pandémie. Cette prise de conscience a été payante pour l'entreprise : « Ce que les femmes viennent chercher chez Dermapure, c'est une approche empathique. Les esthéticiennes sont à l'écoute. » Au-delà de l'esthétique, elles sensibilisent les femmes à la santé globale. Le concept novateur de « gym de la peau » a fait ses preuves chez Dermapure. L'univers de l'esthétique médicale passe aussi par la sensibilisation à prendre soin de soi avec une approche holistique qui vise des résultats naturels.

LE TEMPS FAIT BIEN LES CHOSES

L'équipe a pris le parti de ne pas promouvoir ses services auprès des clientèles de moins de 35 ans. Chez Dermapure, on ne cible pas les plus jeunes et on fait la promotion du « vieillissement positif ». Le marché américain intéresse aussi Dermapure. Depuis cinq ans, Marilyne Gagné s'engage auprès de l'École d'Entrepreneurship de Beauce : « J'aimerais, dans une autre vie, avoir des serres et des jardins organiques. C'est probablement une activité dans laquelle je voudrais investir. »

Depuis cinq ans, Marilyne Gagné est bénévole pour l'École d'Entrepreneurship de la Beauce, et c'est dans le cadre d'ateliers de travail avec des entrepreneurs qu'elle a également entrepris de faire la démarche personnelle de mieux se connaître. Aujourd'hui, son but dans la vie est clair : « J'aime voir les autres évoluer parce que les vrais outils sont en nous ». Et on comprend, en l'écoutant, que ces autres sont à la fois ses équipes, sa fille, son conjoint, bref son entourage dans l'ensemble. Marilyne est une personne qui ne s'attarde pas aux détails, qui se projette beaucoup dans le futur en mettant l'énergie au bon endroit pour le réaliser. Des qualités remarquées par nulle autre que sa fille Chloé, qui, selon Marilyne, est une jeune femme à l'image de ses leaders, autonome, fonceuse et créative. « On ne sait jamais l'influence qu'on a sur nos enfants » constate-t-elle avec une dose de fierté dans la voix.

Chez Dermapure, l'univers de l'esthétique médicale passe aussi par la sensibilisation à prendre soin de soi avec une approche holistique qui vise des résultats naturels.

Dermapure fait partie des grandes entreprises du Palmarès, avec un chiffre d'affaires de plus de 50 millions de dollars.

50% DES ENTREPRISES DU PALMARÈS EXERCENT AILLEURS AU CANADA.
39% ONT DES ACTIVITÉS À L'EXTÉRIEUR DU CANADA.

L'INTERVALLE : UNE CROISSANCE ÉTHIQUE

Vicky Scalia est co-fondatrice et co-PDG de L'Intervalle, une entreprise qui propose des modèles de chaussures « de luxe à prix abordable ». Le détaillant coche aussi plusieurs cases, avec des chaînes de production éthiques et durables, une majorité de femmes gestionnaires et des valeurs d'inclusion affichées.

AUORE LE BOURDON

Vous avez fondé L'Intervalle il y a huit ans. Quelles sont les prochaines étapes pour la marque, qui est déjà bien établie à Montréal ?

Nos racines sont ici, la créativité et le talent, qui font notre marque, sont également ici. Je suis montréalaise, très attachée à ma ville, et c'est pareil pour L'Intervalle. Quand on a ouvert notre première boutique à Toronto, il a suffi d'expliquer que l'on venait de Montréal pour que les clientes adorent. Le design montréalais est vraiment reconnu et apprécié. On peut développer de nouvelles branches, mais on ne veut pas du tout se déraciner. Je travaille aussi sur un projet d'exportation en ce moment, c'est le sujet de mon mémoire de MBA. L'univers du commerce de détail bouge vite. Commerce en ligne, boutiques : l'omnicanal est indispensable. On mise sur le numérique pour se positionner aux États-Unis. C'est un marché plein de débouchés et, nos données de même que les retours de la clientèle le démontrent, c'est un marché où on serait très bien accueillis : à suivre, donc, en 2024.

Vous dirigez une entreprise qui emploie 200 personnes, vous êtes mère de famille et vous venez de finir un MBA. Quel est votre secret ? Parfois je me dis que j'aimerais rencontrer la femme qui

a réalisé tout ça ! C'était ambitieux d'entreprendre un MBA d'une telle envergure, mais j'avais vraiment envie de me lancer le défi. En tant que leader, il faut savoir rester humble : on n'a pas réponse à tout, donc il faut s'informer. Avec ce programme, on se met à jour en stratégie, en marketing, en gouvernance, en intelligence artificielle, etc. Le programme a eu une grande influence sur moi et sur ma vision de l'entreprise.

J'ai réalisé que notre marque avait des valeurs très claires, très ancrées, et ce, depuis sa création. L'équité, la diversité et l'inclusion, la production durable, par exemple, ont toujours été dans notre ADN – nous n'avons pas attendu que cela soit une tendance. J'ai réalisé que je pouvais être fière de ça. Plus de 50 nationalités sont représentées dans l'équipe, qui compte 200 personnes. Il y a 75% de femmes gestionnaires dans cette équipe. La diversité et l'inclusion se retrouvent aussi dans nos produits, avec des modèles tout à fait originaux, et une clientèle type qui a entre 18 et 78 ans. On s'adresse à une communauté de clients, unis par le goût de la mode et la tendance.

Donner aux femmes les moyens de gravir les échelons en entreprise, c'est nouveau ?

Je crois énormément au développement professionnel : quand on voit du talent, c'est notre rôle de leader de s'investir pour le faire grandir, le nourrir. Je travaille très proche du terrain et je passe aussi du temps en boutique, avec mes équipes ; ça permet parfois de déceler le potentiel d'un talent et de l'encourager en lui confiant des responsabilités. Dire à une autre femme qu'elle est capable, que je crois en elle, c'est naturel pour moi. Je veux faire briller mes équipes et les personnes autour de moi. Je n'ai pas eu cette chance, et c'est justement ce qui fait que je redouble d'efforts. Pour tout ce qui touche à la conciliation entre mes vies de femme, de famille et professionnelle, j'aurais aimé avoir des modèles pour m'aider. Alors si je peux jouer ce rôle aujourd'hui auprès des femmes qui m'entourent, je le fais avec plaisir.

L'INTERVALLE fait partie des moyennes entreprises du Palmarès, avec un chiffre d'affaires de plus de 10 millions de dollars.

MAGUIRE : DES CHAUSSURES COLORÉES

Depuis sept ans, la marque de chaussure Maguire séduit avec des designs uniques et colorés. En seulement quelques années, le succès de la marque des sœurs Myriam et Romy Belzile-Maguire se confirme.

MAUREEN JOUGLAIN

Myriam Belzile-Maguire a dessiné son premier modèle de chaussure en 2016, une paire de sneakers qu'elle déclinait en noir et en blanc. Si la palette de couleur de sa collection s'est enrichie depuis, la sobriété est restée sa marque de fabrique et l'une des recettes de son succès: des designs uniques et intemporels, des stocks limités et des prix stables afin de minimiser le gaspillage et la surconsommation.

Après la popularité de son modèle initial, la designer investit 15000\$ pour lancer sa première production. Au fil des ventes, elle a pu réinvestir dans une deuxième production, puis obtenir un prêt pour continuer à se développer. Cette croissance a été facilitée par le soutien de différents organismes de financement, comme Futurpreneur, la Banque de développement du Canada (BDC) ou encore Investissement Québec, qui la soutiennent encore à ce jour.

L'histoire de Maguire est aussi une histoire de famille. En 2017, Romy, la sœur de Myriam, a joint l'entreprise: «Romy m'a toujours aidée avec le site Web, le marketing et les communications. Parfois, elle aidait aussi à tenir la boutique.» C'est ainsi que nous avons constitué l'entreprise. Aujourd'hui, Myriam s'occupe du design, du développement de produits et des finances alors que Romy gère tout ce qui relève des opérations et du marketing; une symbiose qui a permis à la petite entreprise de croître plus rapidement.

Les sœurs Maguire ont commencé avec une boutique éphémère (*pop up*). Elles ont aujourd'hui trois boutiques avec pignon sur rue, à Montréal, à Toronto et à New York. Avec la croissance, chaque nouvelle boutique est porteuse de belles occasions: «Quand on déménage, on sait que quelques personnes nous connaissent, mais à part ça, on repart de zéro», raconte la créatrice. L'emplacement des boutiques permet aussi de conquérir de nouveaux marchés. La pandémie a eu une répercussion sur les loyers commerciaux, mais cela a aussi créé des occasions pour s'établir ailleurs. Un an après l'ouverture de leur boutique new-yorkaise, les sœurs Maguire commencent à reconnaître certains visages, signe qu'elles se bâtissent tranquillement une clientèle: «Il faut être patiente, ce n'est pas magique», souligne Myriam Belzile-Maguire.

«Ma sœur Romy m'a toujours aidée avec le site Web, le marketing et les communications. Parfois, elle aidait aussi à tenir la boutique.»



L'expansion au-delà des frontières pose d'autres défis. À Montréal ou à Toronto, les médias canadiens ont toujours soutenu la marque locale, mais aux États-Unis, les choses sont différentes: « On a découvert que tout tourne autour d'Hollywood, il faut que nos produits soient portés par des célébrités pour que les médias new-yorkais en parlent », explique-t-elle. Un système bien différent de celui qu'elles connaissaient ici.

Le marché américain est plus exigeant et plus compétitif, ce qui pose de nombreux défis pour une marque haut de gamme qui produit en petites quantités. Leurs préoccupations restent toutefois les mêmes: « On essaie de ne pas faire de soldes pour ne pas encourager la surconsommation: il n'y a pas de promotions autour du Vendredi fou, par exemple », assure-t-elle. Si certains modèles ne sont pas vendus une année, ils seront remis en magasin l'année d'après. Les hivers moins froids les ont également obligées à ajuster leur gamme en proposant des modèles conçus pour être portés tout au long de l'année. Une adaptation qui reflète un réel souci de minimiser l'effet de saisonnalité dans les produits.

Les modèles de chaussures Maguire sont conçus de façon à être portés toute l'année. Maguire adapte aussi la conception pour limiter l'effet de saisonnalité. La marque ne fait pas de soldes de promotion autour du Vendredi fou.

Maguire fait partie des étoiles montantes du Palmarès des entreprises au féminin avec un chiffre d'affaires de plus de 1 million de dollars.

PASSER L'HIVER AVEC AUDVIK

Il existe au Québec une véritable « industrie de l'hiver ». Si de nombreuses catégories de biens de consommation courante sont désormais fabriquées à l'étranger – dont une part toujours croissante des vêtements que nous portons tous les jours –, les bottes, manteaux, gants et mitaines demeurent une spécialité de la Belle Province, où il est encore possible de se tailler une place.

FRANCIS GOSSELIN

Sophie Boyer est une ancienne skieuse de fond de haut niveau. Malgré un tempérament compétitif, elle se décrit comme une *slowpreneure* et réinvente, saison après saison, des produits de grande qualité, « chauds et parfaits pour affronter le climat d'ici ».

Audvik s'est imposée à elle au tout début de sa carrière professionnelle. Après avoir terminé ses études en marketing, études pendant lesquelles elle a occupé des postes en vente au sein de différentes boutiques de sport, Sophie Boyer a décidé de suivre sa passion et de choisir la vie d'entrepreneure, avec tous les hauts et les bas que cela impliquait. « Je ne regrette rien, mais jamais je n'aurais imaginé tous les défis auxquels j'ai dû faire face en 10 ans. »

Aidée de sa famille élargie, comme sa sœur et sa mère, qui s'occupent du design, et de son oncle, elle a décidé de racheter l'entreprise à un couple de professeurs d'éducation physique. « Ils avaient créé ça dans leur sous-sol, chez eux. » La marque de manteaux Audvik est aujourd'hui bien implantée, avec un entrepôt à Montréal. Sophie Boyer est proche de ses fournisseurs dans le milieu de la mode à Montréal. L'entreprise fabrique plus de 1 000 manteaux par année. Chez Audvik, personne n'est évalué, chronométré ou régi par des exigences de quantité. « Les nouvelles employées sont parfois confuses, car en milieu de travail, l'obsession de la productivité peut rendre le travail pénible et répétitif. »



Si la pandémie de COVID-19 a stimulé l'intérêt pour les sports extérieurs, et en conséquence a été très avantageuse pour Audvik, l'incertitude plane sur l'avenir du textile recyclé: « Avec le ralentissement économique, ce sera plus difficile, c'est certain. Les changements climatiques et le retard de l'hiver n'aident pas. » Écologique, la marque a aussi une plateforme de revente de manteaux usagés.

Aidée d'un réseau d'entrepreneurs et d'entrepreneures, tantôt issus de l'écosystème entrepreneurial québécois et de l'accélérateur montréalais MMode, Audvik fait sa place.

Audvik fait partie des étoiles montantes du Palmarès des entreprises au féminin avec un chiffre d'affaires de plus de 1 million de dollars.

Elles sont dans nos pages pour une cinquième année consécutive.
Elles relèvent les défis du quotidien des affaires au féminin.

Parole aux entrepreneures

« Les femmes d'affaires doivent s'entourer de personnes qui les aident à grandir. »

– Mélanie Roy,
Atelier de Soudure Gilles Roy

« Que les femmes se soutiennent entre elles sur le marché du travail. Qu'elles ne soient pas en compétition, mais en mode solidaire. »

– Andréanne Mathieu,
Niché

« À toutes les femmes qui hésitent ou qui doutent, sachez qu'il y a autant de modèles d'entrepreneures qu'il y a de femmes. Célébrez votre unicité et ayez confiance même si vous croyez que vous n'avez pas tout ce qu'il faut pour diriger une entreprise. »

– Brigitte Jalbert,
Emballages Carrousel

« Je souhaite que le nombre de femmes entrepreneures continue de progresser. Nous sommes ambitieuses, innovantes, passionnées et bien plus encore. »

– Karine Joncas,
KJ cosmétiques

« J'aimerais que les femmes en affaires sortent de l'ombre et soient plus visibles dans la société, naturellement. »

– Hélène Brisebois,
SDK

« La croissance ne doit pas nécessairement être une finalité, elle viendra aux entreprises qui remplissent leur mission. »

– Sandrine Milante,
EcoloPharm

« Il faut mettre le tourbillon sur pause pour célébrer le chemin parcouru et se focaliser sur ce qui est important. »

– Élisabeth Boulanger,
Maison Orphée

« Je souhaite que les femmes n'aient pas peur de dire qu'elles veulent réussir à la fois leur vie professionnelle et personnelle. Il y a parfois un préjugé entourant la réussite d'une femme au détriment de sa vie familiale. »

– Pascale Pageau,
Delegatus

« Je souhaite que les femmes en affaires puissent mettre en valeur leur immense capacité à s'entourer, et ce, d'hommes et de femmes. La clé du succès est dans la diversité et la complémentarité. »

– Caroline Thuot,
Marilène Thuot,
Andrée-Anne Thuot,
Marjorie Thuot, Techno Diesel

« Il faut plus de femmes dans l'industrie du transport et de la logistique. »

– Andrea Crisan,
Andy Transport

NATURMANIA: DU TEXTILE QUI DURE

Naturmania, à Saint-Augustin-de-Desmaures, fabrique et commercialise des produits de plein air ainsi que des vêtements d'hiver. Pour la propriétaire de la marque, la transformation des matières recyclées pourrait changer les chaînes de production. Conversation avec Stéphanie Bernardet.

PROPOS RECUEILLIS PAR STÉPHANE DESJARDINS

« J'ai tout fait dans cette entreprise : assemblé les boîtes, installé les chaussons dans les bottes, confectionné les catalogues et les listes de prix, assuré le service à la clientèle, la paperasse bancaire, la facturation, la gestion des expéditions. À 25 ans, j'ai fait un retour aux études. Et je voulais fonder une famille. » Pendant 14 ans, Stéphanie Bernardet a mené deux carrières de front : thérapeute sportive et maman. Mais elle donnait aussi un coup de main à son père dans les périodes occupées, jusqu'à participer à la conception de produits et au développement de nouvelles collections. Lorsque le paternel a décidé de partir à la retraite, en 2016, il a proposé à sa fille de prendre la relève. À 39 ans, elle a accepté. « Je me suis enfermée dans mon bureau pendant six mois pour tout réévaluer, dit-elle. J'ai effectué des études de marché et repositionné tous les produits dans des créneaux uniques. »

Il a fallu prendre un virage pour faire face aux concurrents comme North Face, Columbia, Canada Goose et Kanuk. « On s'est positionné entre les manteaux mode peu

« Quand j'ai repris l'entreprise, je me suis enfermée dans mon bureau pendant six mois pour tout réévaluer. J'ai effectué des études de marché et repositionné tous les produits. »

performants et les produits sport peu attrayants, dit-elle. On a aussi pris un virage vert : quand nous concevons un produit, il faut qu'il dure pour la vie. Avec des fibres 100% polyester et des matériaux recyclés, Naturmania fabrique des manteaux durables : « Quand on ne peut pas utiliser une matière recyclable, le produit doit être quasi indestructible, reprend-elle. Toutes nos matières proviennent de produits recyclés. Même nos emballages sont en papier kraft non verni et teint avec des encres naturelles. Je donne souvent des maux de tête à nos concepteurs. »

« Il a fallu prendre un virage pour faire face aux concurrents comme North Face, Columbia, Canada Goose et Kanuk. »

UNE ÉCONOMIE LOCALE

Au Québec, la confection a migré en Asie depuis plusieurs années déjà, à l'ère de la mondialisation. « Dommage, parce que 95% de la laine produite ici est jetée. Les textiles récupérés au Québec sont envoyés en Afrique, où 60% aboutissent au dépotoir. » Naturmania travaille avec des joueurs de l'industrie pour tenter le recyclage local. Ce qui entraîne d'autres défis, notamment la robotisation de la chaîne de production. Naturmania vend ses produits en ligne et dans les boutiques spécialisées, mais aussi chez Canadian Tire, Sports Experts, et en ligne, sur Best Buy et Amazon. Stéphanie Bernardet vend d'un océan à l'autre.

« On regarde les États-Unis, mais on va avant tout consolider notre percée de cette année dans l'Ouest canadien, dit-elle. L'environnement n'est pas facile, avec la pandémie, l'inflation, le jeu des grandes puissances sur la scène internationale et les difficultés des chaînes d'approvisionnement. Mon papa m'a confié que j'ai traversé autant de difficultés en 4 ans que lui, en 35 ans. Il a ajouté qu'il ne m'a pas fait de cadeau en me cédant son entreprise. » Qu'à cela ne tienne, les neuf employés et la vingtaine de représentants ont beaucoup de pain sur la planche. « Même si la conception se fait ici, on doit soigner notre réseau national de distribution, tout comme celui de la fabrication, qui s'étend un peu partout dans le monde. »

Naturmania fait partie des étoiles montantes du Palmarès des entreprises au féminin avec un chiffre d'affaires de plus de 1 million de dollars.

CONSTRUCTION: UN + POUR LES LOCALITÉS



Quand elles ont pris la relève de l'entreprise familiale, en 2011, Alexandra et Marie-Pier Jacques se sont attaquées à un imposant chantier. Les deux sœurs ont redéfini la mission de Portes Lambton.

PROPOS RECUEILLIS PAR CLAUDE PLANTE

« Nos objectifs étaient d'abord d'atteindre la rentabilité, de renouer avec le plaisir au travail et de devenir des entrepreneures de référence, affirme Alexandra Jacques. Ça voulait dire acquérir une crédibilité et une notoriété positive auprès des gens. On a maintenu le cap. »

EXPÉRIENCE DE TRAVAIL

Le recrutement en entreprise manufacturière demeure une préoccupation de tous les jours. « Lambton, c'est un village. L'hiver, c'est assez calme. Les restaurants sont fermés les premiers jours de la semaine. Les travailleurs préfèrent généralement les grandes villes », explique Marie-Pier Jacques. « Nous avons fait plus de place aux femmes

En entreprise, la motivation des employés dépend du sentiment d'appartenance. Les employés ont besoin de faire des rencontres et d'élargir leurs horizons.

© Émilie Hébert

8% DES ENTREPRISES DU PALMARÈS SONT ACTIVES DANS DES SECTEURS TRADITIONNELLEMENT MASCULINS.

43% DES ENTREPRISES AFFICHENT UNE PRIORITÉ DE RECRUTEMENT POUR LEUR PROCHAIN EXERCICE FISCAL. C'EST LE CAS DE LAMBTON ET DE TOITURE COUTURE.

dans la production. On a adapté la chaîne de production et les postes de travail. Ce que nous voulons c'est que les employés se sentent comme dans une famille; qu'ils aient le goût de venir travailler parce qu'il y a un enthousiasme dans le groupe. Parce que le gars qui travaille à côté de toi s'appelle Éric et que tu peux participer à des activités avec lui, comme des cinq-à-sept. » La pandémie de la COVID-19 en a fait voir de toutes les couleurs aux deux sœurs Jacques. Tout s'est bousculé. Chaque heure et chaque minute apportaient leur lot de surprises. Après avoir été fermée

dans les premières semaines de la crise en 2020, l'usine a pu reprendre ses activités à 50 pour cent. Puis à 75 pour cent, se souvient Alexandra Jacques. Les coûts des matériaux ont grimpé en flèche, mais maintenant, ça se stabilise. Les deux mères de famille reconnaissent qu'il faut jongler avec les priorités et se parler souvent.

Lambton fait partie des moyennes entreprises du Palmarès, avec un chiffre d'affaires de plus de 10 millions de dollars.

Placer sa voix avec Anaïs Maranda

PLACER SA VOIX, PRENDRE SA PLACE

Améliorez votre confiance et votre capacité à connecter avec votre auditoire grâce à des ateliers personnalisés de préparation à la prise de parole.

info@anaismaranda.com

ANAÏS MARANDA
DU CROQUÉ À LA PRÉSENTATION

DES TOITS BLEUS ET DES HORIZONS DE CROISSANCE

Les villes et les localités s'adaptent aux changements climatiques. Sur la rive sud de Montréal, Toiture Couture propose de nouveaux services à ses clients, comme les toits bleus qui permettent de recueillir les eaux de pluie et de réduire les risques d'inondations. Les méthodes de recrutement ont changé.

CLAUDE PLANTE

«Le recrutement, c'est un gros défi pour nous. Comme on travaille en extérieur, on doit s'adapter aux changements climatiques et à une météo imprévisible», analyse Maryse Couture. Pour combler les besoins de main-d'œuvre, Toiture Couture doit recruter de nouveaux talents. «On cherche aussi à intéresser les jeunes au métier de la construction, car c'est un secteur d'avenir. Malheureusement, les métiers ou les corps de métiers manuels ne sont pas assez valorisés au Québec. Pour une entreprise comme

la nôtre, il est difficile d'attirer et de retenir des jeunes.» La principale difficulté, dans les métiers de rénovation, se situe dans la complexité du travail à exécuter puisqu'aucun projet n'est semblable à un autre: «Tous les projets sont différents.» Depuis quelques années, Toiture Couture doit s'adapter aux nouvelles réalités du marché. Par exemple, on demande de plus en plus de terrasses sur les toits des édifices. Avec l'augmentation des prix en immobilier et des coûts des matériaux, la demande pour maximiser les espaces construits est importante.

Les «toits bleus» permettent de conserver l'eau quand il y a de fortes pluies. Cette innovation facilite l'écoulement de l'eau vers les réseaux pluviaux des municipalités pour éviter les débordements. L'équipe de la direction de l'entreprise de 125 employés doit aussi composer avec une augmentation des coûts des matériaux qui oscille entre 30 et 50%: «Il a fallu négocier; on a trouvé d'autres produits pour livrer les commandes», confirme Maryse Couture. Avec la fin de la pandémie, les prix se stabilisent, et les défis de recrutement ne sont plus les mêmes.

Toiture Couture fait partie des moyennes entreprises du Palmarès, avec un chiffre d'affaires de plus de 10 millions de dollars.



Une histoire de beauté éthique et d'Innovation Québécoise

Dès ses débuts, Mélissa Harvey avait un rêve : promouvoir l'éducation des femmes en soutenant le commerce équitable. C'est ainsi qu'est née l'idée de créer une marque de cosmétiques offrant des produits hautement performants et naturels à base de l'or pur du Maroc, l'huile d'argan. Au fil des ans, Mélissa et son équipe ont acquis une expertise inestimable dans la création de cosmétiques de gamme certifiés « Clean Beauty ». Zorah présente maintenant deux sérums innovants inspirés du microneedling, mais doux pour la peau et à base d'acide hyaluronique pur fabriqués dans leur laboratoire de pointe à Montréal. Ces sérums ont des résultats impressionnants, dès les premières applications ils augmentent la production de collagène et d'élastine jusqu'à 300 %, améliorant la fermeté, le tonus et réduisant les signes du vieillissement.

Dans toutes les pharmacies et les magasins naturels du Québec.



SCANNEZ-MOI pour plus d'info sur nos produits 3-plex acide hyaluronique zorah.ca



la tête chercheuse

Quæst.

Donnez un sens à vos ambitions : le programme Quæst

Une nouvelle offre complète de développement du leadership

La tête chercheuse, en plus d'être reconnue pour dépister des talents d'exception, permet désormais d'amplifier le talent par le développement de leur plein potentiel.

LES PILIERS DE QUÆST

- 6 Quêtes de coaching individuel et d'équipe
- 11 LAB-Ateliers novateurs alimentés par notre connexion unique au monde du travail en constante évolution
- La psychométrie et son service d'analyse

CONTACTEZ-NOUS

(514) 876- 1677
quaest@latetechercheuse.com

Suivez-nous!



latetechercheuse.com/quaest



Des solutions pour le bien-être des employées



Scannez ce code pour de l'information

façons d'éliminer les préjugés, notamment ceux entourant la période de la ménopause. Au Canada, on évalue qu'un quart de la main-d'œuvre pourrait être en pleine transition vers cette période charnière.

Malgré cette proportion importante, 4 femmes sur 10 disent se sentir seules pendant la ménopause et 54% d'entre elles estiment que c'est un sujet tabou. À titre d'acteurs de changement, les employeurs sont en mesure d'aider à supprimer

Les employeurs peuvent jouer un rôle clé pour contribuer à réduire l'écart en santé.

cette couche du plafond de verre en instaurant diverses tactiques internes : partage de ressources, groupes de soutien, conversations ouvertes entre les dirigeantes et les employés, etc.

Au cours des prochaines années, les employeurs gagneront à s'inspirer des bonnes pratiques afin de compter sur une main-d'œuvre plus productive et en meilleure santé. Ces mesures représenteront sans aucun doute un avantage concurrentiel pour attirer et retenir les talents. Pour en savoir plus, consulter le dossier de réflexion *Travailler ensemble pour la santé des femmes*, présenté par la Sun Life.

Malgré les nombreux efforts déployés pour atteindre l'équité pour les femmes, force est d'admettre que l'écart persiste en matière de santé. Depuis trop longtemps, on refuse d'accorder à la santé des femmes l'attention qu'elle mérite, et celles-ci continuent d'en vivre les conséquences – y compris au travail. Heureusement, le statu quo tend à changer. Des employeurs emboîtent le pas et innovent afin de développer des solutions permettant d'améliorer le bien-être de leurs travailleuses.

Des régimes de garanties collectives inclusifs

Selon les plus récentes données de la Sun Life, un tiers (33%) des femmes jugent leur régime de garanties collectives insuffisant pour couvrir l'entièreté de leurs besoins. Que ce soit en regard de la santé mentale, de la santé reproductive ou

encore de la période de ménopause, les employeurs peuvent jouer un rôle clé pour contribuer à réduire l'écart en santé.

Les données le démontrent : la pandémie a eu un plus grand effet sur la santé mentale des femmes. Plus de 40% des demandes d'invalidité de longue durée des femmes portent sur des problèmes liés aux troubles mentaux. En veillant à mettre en place une couverture adéquate pour les soins de santé mentale, il est possible de réduire les absences, de diminuer le taux d'invalidité et d'accélérer le rétablissement et le retour des employées.

Des politiques et des pratiques de soutien

La communication, la sensibilisation et les mesures de soutien en entreprise représentent maintes

LES GRANDES ENTREPRISES PLUS DE 50 MILLIONS \$

Ces leaders de leur industrie ont un chiffre d'affaires annuel de plus de 50 millions de dollars et comptent jusqu'à plusieurs centaines d'employés.



LES GRANDES | PLUS DE 50 M\$

ENTREPRISES	ENTREPRENEURES	SIÈGE SOCIAL	SECTEUR D'ACTIVITÉ	EMPLOYÉS	ANNÉES D'EXISTENCE
Aliments Asta	Stéphanie Poitras	Bas-Saint-Laurent	Fabrication	Plus de 500	41
Andy Transport	Andreea Crisan	Montréal	Transport par camion	201 à 500	22
Beauport Hyundai / Genesis de Québec	Annie Laliberté	Centre-du-Québec	Commerce de détail	51 à 100	15
Biron Groupe Santé	Caroline Biron	Montréal	Soins de santé et assistance sociale	Plus de 500	72
Coffrages Synergy	Isabelle Côté	Lanaudière	Construction	Plus de 500	24
Constructions Bâtiments Québec (BQ)	Johanne Guertin	Montréal	Construction	21 à 50	45
Dermapure	Marilyne Gagné	Estrie	Services professionnels, scientifiques et techniques	201 à 500	14
Dubois Agrinovation	Ginette Guinois	Montréal	Agriculture, foresterie, pêche et chasse	51 à 100	65
EPIQ Machinerie	Éloïse Harvey	Montréal	Fabrication et équipement lourd	201 à 500	2
Germain Hôtels	Christiane Germain	Capitale-Nationale	Hébergement et services de restauration	Plus de 500	35
Groupe Guilbault	Nadine Guilbault	Capitale-Nationale	Transport et entreposage	Plus de 500	94
Groupe SM Tardif	Geneviève Tardif, Caroline Tardif	Capitale-Nationale	Construction	201 à 500	44
Lanctôt Distribution	Diane Lanctôt	Montréal	Commerce de gros	201 à 500	40
Les Emballages Carrousel	Brigitte Jalbert	Montréal	Commerce de gros	201 à 500	52
Les recettes Cook it	Judith Fetzer	Montréal	Services de restauration et débit de boisson	201 à 500	9
Les Tourbières Berger	Valérie Berger, Mélissa Berger	Bas-Saint-Laurent	Agriculture, foresterie, pêche et chasse	Plus de 500	60

LES GRANDES | PLUS DE 50 M\$

ENTREPRISES	ENTREPRENEURES	SIÈGE SOCIAL	SECTEUR D'ACTIVITÉ	EMPLOYÉS	ANNÉES D'EXISTENCE
LG2	Pénélope Fournier, Mireille Côté, Julie Dubé	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	Plus de 500	32
LOGISTEC Corporation	Madeleine Paquin	Montréal	Services maritimes et environnementaux	Plus de 500	71
Nationex	Catryn Pinard	Montréal	Transport par camion	Plus de 500	43
ORAM Mécanique du bâtiment	Marie-Claude Allaire	Laurentides	Construction	201 à 500	53
P.H. Tech	Caroline Dallaire, Claudia Lapointe	Chaudière-Appalaches	Fabrication	201 à 500	61
Roy.	Julie Roy	Montréal	Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement	Plus de 500	69
Simplex location d'outils	Célestine Véronneau	Montréal	Services immobiliers et services de location et de location à bail	Plus de 500	116
Syscomax	Mélissa Robitaille	Laurentides	Construction	51 à 100	35
Trudeau Corporation International	Anne-Marie Trudeau	Montréal	Commerce de gros	51 à 100	134
Voyages à Rabais	Sylvie Myre	Mauricie	Tourisme	51 à 100	22

87% des entreprises du Palmarès qui ont un chiffre d'affaires de plus de 5 millions \$ ont connu une croissance par rapport à l'an dernier.

Financement d'entreprise : les bons réflexes

Les entreprises ont besoin de capitaux pour investir dans de nouvelles technologies, embaucher du personnel, développer de nouveaux produits et élargir leurs activités. L'accès à un financement suffisant et abordable favorise la compétitivité des entreprises, stimule la productivité et crée des emplois.

On regarde d'abord les possibilités de croissance organique, c'est-à-dire la croissance naturellement créée par les revenus de l'entreprise.

Le financement organique, ou financement interne, fait référence aux méthodes de financement qui proviennent des ressources internes d'une entreprise ou d'une organisation. Cela signifie qu'au lieu de s'appuyer sur des sources externes de financement, comme des prêts bancaires ou des investisseurs, l'entreprise utilise ses propres bénéfices, ses actifs ou ses réserves pour financer ses activités, ses projets et son expansion.

20minutescpa.ca/financement



Louis-Edgar Jean-François, CPA,
et président-directeur général,
Groupe 3737

Les subventions, les partenariats d'affaires, les initiatives marketing comme les concours et les bourses sont aussi des moyens de financer les activités de l'entreprise ou les projets d'expansion. Les subventions sont des fonds octroyés par des organismes gouvernementaux, des OBNL, des fondations ou des institutions publiques ou privées, à des individus ou à des organisations pour réaliser des projets spécifiques. Les partenariats d'affaires sont des formes de financement offertes par des entreprises ou des organisations privées à des individus ou des projets qui peuvent offrir une visibilité ou une valeur de marque. Au Québec, ces partenariats d'affaires se déclinent en parrainage d'événements ou en soutien à des causes sociales.

Si les revenus autogénérés sont insuffisants, les prêts sans intérêts ou à bas taux d'intérêt, offerts par les gouvernements, l'écosystème entrepreneurial ou certaines banques, sont aussi des leviers de croissance. Les prêts sans intérêts, également connus sous le nom de prêts à taux zéro ou prêts à intérêts nuls, sont des formes de financement où l'emprunteur ne paie aucun intérêt sur le montant emprunté.

Les prêts réguliers, avec taux d'intérêt préférentiels ajustés au risque, sont aussi proposés par les banques et les investisseurs privés. On parle alors de « coût » du capital pour les entreprises qui continuent leur expansion.

L'investissement en capital-actions mobilise des investisseurs privés comme les anges financiers ou les sociétés de capital de risque pour alimenter le roulement des activités de l'entreprise.

L'achat de titres de propriété d'une entreprise génère un rendement sur les bénéfices de l'entreprise. Ce type d'investissement nécessite un achat d'actions, ce qui donne à son détenteur le droit de revendiquer une partie des actifs de l'entreprise et de ses bénéfices. À terme, ce financement est coûteux pour l'entreprise, mais rentable pour l'investisseur en capital-actions, ce dernier bénéficiant de l'augmentation de la valeur de l'entreprise, d'autant plus si elle est bien gérée et développée.



PME MTL vise le leadership au féminin

Une offre de financement présentée par des femmes et pour les femmes

PME MTL s'engage à soutenir les entrepreneures tout au long de leur parcours. Valérie Laffineur, directrice services-conseils et financement à PME MTL Centre-Est, note d'ailleurs que de plus en plus de projets entrepreneuriaux sont menés par des femmes.

Au cœur de l'offre de financement de PME MTL se trouve une enveloppe de prêts substantielle, accessible tout au long de l'année et s'élevant jusqu'à 450 000\$. « Je me réjouis de voir des projets portés par des femmes. J'aime voir leur ambition », énonce fièrement la directrice.

Du financement adapté à chaque projet

Si les femmes se tournent davantage vers l'autofinancement, Valérie mentionne qu'au démarrage, PME MTL propose des services-conseils personnalisés, spécialisés dans divers

secteurs d'activité. « Ces services sont gratuits », rappelle-t-elle, et peuvent aider à structurer les dossiers de financement et à rassembler les bailleurs de fonds pour élaborer des montages financiers adaptés à chaque projet, garantissant ainsi le meilleur taux d'intérêt et la solution financière optimale.

Pour leur jeune entreprise de moins de cinq ans, les entrepreneures ont la possibilité de compléter leur financement par prêts avec des subventions allant jusqu'à

« Un conseiller ou une conseillère est toujours disponible, ce qui permet une approche personnalisée. »

– Valérie Laffineur, directrice services-conseils et financement à PME MTL Centre-Est

150 000\$. « Certains fonds peuvent aussi soutenir les projets afin de stimuler l'innovation, la productivité, le développement durable et soutenir les projets technologiques », mentionne Valérie Laffineur.

« Nous aspirons à la parité dans tous nos conseils d'investissement. »

– Valérie Laffineur, directrice services-conseils et financement à PME MTL Centre-Est

PME MTL se distingue également par sa flexibilité dans la modulation des échéances des prêts en fonction des besoins des entrepreneures liés à la saisonnalité de leurs ventes et services. « Un conseiller ou une conseillère est toujours disponible, ce qui permet une approche personnalisée », ajoute-t-elle. On contribue ainsi à briser l'isolement, élément essentiel selon Valérie Laffineur, surtout pour les petites entreprises.

Une vision à long terme

L'engagement envers le leadership féminin ne s'arrête pas au financement des entreprises. Il se reflète aussi dans les directions de PME MTL, avec trois des six pôles de Montréal dirigés par des femmes. « Nous aspirons à la parité dans tous nos conseils d'investissement », affirme Valérie Laffineur. Selon elle, la parité permet d'ailleurs une analyse plus complète des projets entrepreneuriaux. Et c'est ainsi que PME MTL participe à la création d'un environnement propice à la réussite des entrepreneures dans l'écosystème d'affaires de Montréal.

PME
— MTL

LES MOYENNES ENTREPRISES 10 À 50 MILLIONS \$

Ces entreprises bien établies ont un chiffre d'affaires annuel qui va de 10 à 50 millions de dollars. Elles emploient plusieurs dizaines de collaborateurs.

LES MOYENNES | 10M\$ À 50M\$

ENTREPRISES	ENTREPRENEURES	SIÈGE SOCIAL	SECTEUR D'ACTIVITÉ	EMPLOYÉS	ANNÉES D'EXISTENCE
Adviso	Elizabeth Henry, Amélie Morin-Godard	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	101 à 200	20
Airmédic	Sophie Larochelle	Montréal	Soins de santé et assistance sociale	101 à 200	11
BARIL Manufacturier	Marie-Ève Baril	Mauricie	Fabrication	51 à 100	37
Bleublancrouge	France Wong	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	51 à 100	40
Boulangerie St-Donat	Marie-Ève St-Amour	Lanaudière	Fabrication	51 à 100	99
Brio boutique de management	Caroline Ménard, Marie-Paule Giguère, Céline Huot, Myriam Levert, Alexandra Corbeil	Montréal	Autres services (sauf les administrations publiques)	51 à 100	18
Cinélande	Nick Jolicoeur, Stéphanie Lord	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	51 à 100	37
Clinique Chirurgicale de Laval	Josée Morin	Laval	Soins de santé et assistance sociale	201 à 500	16
Construction Maurice Bilodeau	Caroline Boilard	Chaudière-Appalaches	Construction	21 à 50	51
Cordé Électrique	Lise Déziel	Estrie	Fabrication	101 à 200	13
Créapub	Danyelle Blouin, Michèle Boucher	Capitale-Nationale	Services professionnels, scientifiques et techniques	21 à 50	46
Delegatus services juridiques	Pascale Pageau	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	51 à 100	18
Drummondville Volkswagen	Nathalie Boies	Centre-du-Québec	Commerce de détail	51 à 100	13
EcoloPharm	Sandrine Milante	Montréal	Fabrication	21 à 50	14

LES MOYENNES | 10M\$ À 50M\$

ENTREPRISES	ENTREPRENEURES	SIÈGE SOCIAL	SECTEUR D'ACTIVITÉ	EMPLOYÉS	ANNÉES D'EXISTENCE
Edgenda	Sara Garneau, Nathalie Gosselin	Capitale-Nationale	Services professionnels, scientifiques et techniques	101 à 200	24
Éditions Pratico-Pratiques	Caty Bérubé	Capitale-Nationale	Industrie de l'information et industrie culturelle	101 à 200	20
Enveloppe Concept	Zara-Emmanuelle Villani	Montréal	Fabrication	51 à 100	35
Equifruit	Jennie Coleman, Kim Chackal	Montréal	Agriculture, foresterie, pêche et chasse	1 à 20	17
Escaléra entrepreneur général	Annie Bernatchez	Capitale-Nationale	Construction	21 à 50	16
Fumoir Grizzly	Laura Boivin	Capitale-Nationale	Fabrication	51 à 100	32
Groupe Ashton	Émily Adam	Capitale-Nationale	Services de restauration et débit de boisson	Plus de 500	54
Groupe Cambli	Véronique Tougas	Montréal	Fabrication	101 à 200	30
Groupe Magnitude	Manon Leclerc	Capitale-Nationale	Fabrication	51 à 100	32
Groupe MMI	Annie Laplante	Montréal	Nettoyage commercial	201 à 500	31
Habitations Cozy	Evelyne Daigneault	Montréal	Construction	1 à 20	5
IGA Extra Shawinigan	Séléna Baril	Mauricie	Commerce de détail	101 à 200	17
Îlo307	France Régimbal	Montréal	Commerce de gros	1 à 20	28
Int-elle corporation	Mirka Boudreau	Côte-Nord	Services professionnels, scientifiques et techniques	101 à 200	6
Jambette	Marie-Noël Grenier	Chaudière-Appalaches	Fabrication	51 à 100	40
JOELLE	Joelle Desaulniers	Mauricie	Commerce de détail et fabrication	51 à 100	7
Karine Joncas Cosmétiques	Karine Joncas	Montréal	Commerce de gros	51 à 100	21

LES MOYENNES | 10M\$ À 50M\$

ENTREPRISES	ENTREPRENEURES	SIÈGE SOCIAL	SECTEUR D'ACTIVITÉ	EMPLOYÉS	ANNÉES D'EXISTENCE
KO Média	Sophie Banford	Montréal	Industrie de l'information et industrie culturelle	21 à 50	8
L'Intervalle	Vicky Scalia	Montréal	Commerce de détail	101 et 200	8
La Maison Lavande	Florence Ferron, Nancie Ferron, Marjolaine Ferron	Laurentides	Commerce de détail	101 à 200	14
La Maison Orphée	Élisabeth Bélanger	Capitale-Nationale	Fabrication	21 à 50	40
Lambert Design	Mélissa Lambert	Montréal	Commerce de détail	21 à 50	6
Laroche mécanique du bâtiment	Jennifer Hamel	Capitale-Nationale	Construction	51 à 100	57
Le Groupe Multi Luminaire	Catherine Patry	Laval	Commerce de détail	51 à 100	45
Les Aliments Morehouse Canada	Karina Massicotte	Laval	Fabrication	51 à 100	23
Les Équipements Lapierre	Chantal Lapierre	Estrie	Fabrication	201 à 500	45
Les industries Cendrex	Francine Pomerleau	Montréal	Fabrication	51 à 100	38
Les Viandes Biologiques de Charlevoix	Elsa Girard, Natasha McNicoll	Capitale-Nationale	Agriculture, foresterie, pêche et chasse	21 à 50	22
LG Cloutier	Valérie Rancourt-Grenier	Chaudière-Appalaches	Fabrication	101 à 200	45
LOOP Mission	Julie Poitras-Saulnier	Laurentides	Fabrication	51 à 100	7
LSA & Cie	Julie Laberge	Montréal	Hébergement et services de restauration	201 à 500	21
LSR GesDev	Annie Lemieux	Montérégie	Services immobiliers et services de location et de location à bail	21 à 50	12
Marfoglia Construction	Gabrielle Marfoglia	Montréal	Construction	21 à 50	33

LES MOYENNES | 10M\$ À 50M\$

ENTREPRISES	ENTREPRENEURES	SIÈGE SOCIAL	SECTEUR D'ACTIVITÉ	EMPLOYÉS	ANNÉES D'EXISTENCE
MESAR	Hélène Genest	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	101 à 200	40
MSDL Architectes	Anik Shooner, Julie Morin, Catherine Bélanger, Joanne Parent, Anne Lafontaine	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	101 à 200	29
Oberson	Alexandra Oberson	Laval	Commerce de détail	101 à 200	60
Paber Aluminium	Geneviève Paris	Chaudière-Appalaches	Fabrication	101 à 200	42
Pharmacies Stéfanie Ouellet inc. affiliées à Familiprix	Stéfanie Ouellet	Capitale-Nationale	Soins de santé et assistance sociale	21 à 50	36
Pigeon Brands	Elyse Boulet	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	51 à 100	46
Plomberie Richard Jubinville	Sandra Jubinville	Montréal	Construction	51 à 100	38
Pneus Ratté	Charlyne Ratté	Capitale-Nationale	Commerce de détail	201 à 500	89
Portes et Fenêtres Abritek	Josée Bilodeau, Catherine Dupuis, Bianca Dupuis	Chaudière-Appalaches	Fabrication	101 à 200	36
Portes Lambton	Alexandra Jacques, Marie-Pier Jacques	Estrie	Fabrication	101 à 200	30
PRANA Biovegan	Marie-Josée Richer	Montréal	Transformation agroalimentaire	101 à 200	18
Provencher Roy	Sonia Gagné, Nathalie Dion, Audrey Monty, Daphnee Van Lierde	Montréal	Construction	201 à 500	40
Quinco & Cie	Élaine Paquin	Estrie	Fabrication	51 à 100	24
Richard & Cie	Nathalie Richard	Capitale-Nationale	Commerce de gros	21 à 50	22

LES MOYENNES | 10M\$ À 50M\$

ENTREPRISES	ENTREPRENEURES	SIÈGE SOCIAL	SECTEUR D'ACTIVITÉ	EMPLOYÉS	ANNÉES D'EXISTENCE
RocArtz	Marie-Line Ferland	Montréal	Fabrication	21 à 50	12
Safari Condo	Dominique Nadeau	Chaudière-Appalaches	Fabrication	101 à 200	25
SDK et associés	Hélène Brisebois, Caroline Blais	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	51 à 100	65
Signalisation de Ville	Marilyne Vallières	Lanaudière	Construction	101 à 200	10
Sports DRC	Émilie St-Laurent	Saguenay-Lac-Saint-Jean	Commerce de détail	21 à 50	51
STGM Architecture	Dominique St-Gelais, Paule Bourdon, Valérie Gagné, Elsa Vincent, Karine Faucher-Lamontagne, Anouk Boucher-Pilon, Isabelle Bourque	Capitale-Nationale	Services professionnels, scientifiques et techniques	101 à 200	22
Techno Diesel	Caroline Thuot, Marilène Thuot, Andrée-Anne Thuot, Marjorie Thuot	Lanaudière	Transport par camion	101 à 200	46
Télénet Communications	Annick St-Pierre	Saguenay-Lac-Saint-Jean	Technologie de l'information et des communications	21 à 50	
Toitures Couture & Associés	Maryse Couture	Montréal	Construction	101 à 200	42
Topring	Anne-Catherine Ménard	Montréal	Fabrication	51 à 100	44
Trans-Herbe	Johanne Dion	Montréal	Fabrication	101 à 200	31
Unimedic	Pascale Lamarche	Saguenay-Lac-Saint-Jean	Soins de santé et assistance sociale	51 à 100	20

LES FORCES VIVES

5 À 10 MILLIONS\$

Ces PME dynamiques ont un chiffre d'affaires annuel compris entre 5 et 10 millions de dollars et reflètent la composition du tissu économique du Québec.

LES FORCES VIVES | 5 M\$ À 10 M\$

ENTREPRISES	ENTREPRENEURES	SIÈGE SOCIAL	SECTEUR D'ACTIVITÉ	EMPLOYÉS	ANNÉES D'EXISTENCE
Absolu	Linda Desrochers, Shanie Dauphinais, Jessica Langlois	Centre-du-Québec	Services professionnels, scientifiques et techniques	51 à 100	36
Agence Unik	Geneviève Delagrave, Lisa-Lune St-Jean Lemieux, Marie-Claude Jourdain	Laval	Services professionnels, scientifiques et techniques	21 à 50	6
Alia Conseil	Catherine Privé	Capitale-Nationale	Services professionnels, scientifiques et techniques	51 à 100	29
Anatis Bioprotection	Silvia Todorova	Laval	Agriculture, foresterie, pêche et chasse	21 à 50	17
Atelier de Soudure Gilles Roy	Mélanie Roy	Bas-Saint-Laurent	Fabrication	21 à 50	44
Baléco (The Unscented Company)	Anie Rouleau	Montréal	Commerce de détail	1 à 20	12
Besco	Sylvie Percy	Laval	Construction	1 à 20	45
bicom	Vicky Boudreau, Marie-Noëlle Hamelin	Montréal	Autres services (sauf les administrations publiques)	21 à 50	18
Biodextris	Christine Jacques	Laval	Services professionnels, scientifiques et techniques	21 à 50	8
Boulangerie MariePain	Élisabeth Perreault	Lanaudière	Commerce de détail	101 à 200	44
Cartier	Audrée Couture	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	51 à 100	32
CASACOM	Catherine Chantal-Boivin, Mylène Demers, Mathilde St-Vincent	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	21 à 50	22
Construction Nivo-Tech	Mélissa Lapointe	Saguenay-Lac-Saint-Jean	Construction	21 à 50	33

LES FORCES VIVES | 5 M\$ À 10 M\$

ENTREPRISES	ENTREPRENEURES	SIÈGE SOCIAL	SECTEUR D'ACTIVITÉ	EMPLOYÉS	ANNÉES D'EXISTENCE
Couvreur Rolland Boudreault	Josée Boudreault	Outaouais	Construction	21 à 50	50
Entreprises Maltais	Julie Laberge	Nord-du-Québec	Agriculture, foresterie, pêche et chasse	21 à 50	37
fdmt	Karine Gagner	Montréal	Commerce de gros	21 à 50	21
Filo Import	Sandra Filopoulos	Lanaudière	Transport et entreposage	1 à 20	8
Groupe Axiomatech	Josée Dufour	Laval	Construction	1 à 20	16
Groupe d'édition la courte échelle	Mariève Talbot	Montréal	Arts, spectacles et loisirs	1 à 20	45
Groupe Intervia	Caterina Milioto	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	21 à 50	7
Groupe LDL	Stéphanie Lagacé, Véronique Lagacé	Montréal	Services d'enseignement	101 à 200	24
Groupe Sutton Performer	Linda Mandanici	Montréal	Services immobiliers et services de location et de location à bail	1 à 20	20
Industrie Gastronomique Cascajares	Isabelle Eysseric	Montréal	Fabrication	21 à 50	14
Industries UDACO	Caroline Baril	Lanaudière	Fabrication	21 à 50	38
Intel2Talent Canada	Brigitte Simard	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	1 à 20	5
JOVACO Solutions	Valerie Coutu	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	21 à 50	40
Lachance Gravel	Annik Lachance Gravel	Saguenay-Lac-Saint-Jean	Hygiène et salubrité – Service de distribution	101 à 200	8

LES FORCES VIVES | 5 M\$ À 10 M\$

ENTREPRISES	ENTREPRENEURES	SIÈGE SOCIAL	SECTEUR D'ACTIVITÉ	EMPLOYÉS	ANNÉES D'EXISTENCE
Les Soeurs en Vrac	Natalie Catherine Provost, Stéphanie Provost, Claudine Provost	Montréal	Commerce de gros	21 à 50	25
Les Transports Maggy Beaudet	Maggy Beaudet	Chaudière-Appalaches	Fabrication	21 à 50	27
Made in	Auréli Sauthier, Sophie Benarab	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	21 à 50	11
Madessa Professionnel	Lina Ritvisay	Laval	Services professionnels, scientifiques et techniques	1 à 20	9
Nancy Martel et Marie-Claude Thivierge pharmaciennes	Nancy Martel, Marie-Claude Thivierge	Capitale-Nationale	Soins de santé et assistance sociale	51 à 100	7
Niché	Andréanne Mathieu	Montréal	Événementiel	21 à 50	10
Parikart	Hélène Paré	Chaudière-Appalaches	Commerce de détail	21 à 50	30
Pharmacie Jennifer Dastous	Jennifer Dastous	Côte-Nord	Soins de santé et assistance sociale	21 à 50	26
Pièces d'Auto Joliette	Élisabeth Lambert	Lanaudière	Commerce de gros	21 à 50	90
Portes et Fenêtres Verchères	Stéphanie Gingras	Montérégie	Construction	1 à 20	15
PRISME architecture	Krystel Flamand	Montérégie	Services professionnels en architecture	21 à 50	66
Réseau Infirmia / Harfang Santé	Isabelle Lechasseur	Capitale-Nationale	Soins de santé et assistance sociale	101 à 200	12
Signalisation STP	Marilyne Vallières	Montérégie	Construction	51 à 100	8
Synergia entretien ménager	Maxime Paquette-D'Avignon	Estrie	Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement	101 à 200	12

LES FORCES VIVES | 5 M\$ À 10 M\$

ENTREPRISES	ENTREPRENEURES	SIÈGE SOCIAL	SECTEUR D'ACTIVITÉ	EMPLOYÉS	ANNÉES D'EXISTENCE
Toc Toc Communications	Caroline Desautels	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	21 à 50	26
V Kosmetik International (Beauty Products) Corp.	Vickie Joseph	Montréal	Commerce de gros	1 à 20	6
Vigilance Santé	Andrée-Anne Chevalier	Lanaudière	Industrie de l'information et industrie culturelle	51 à 100	35
VIVA médico-esthétique	Cécile Dufour	Capitale-Nationale	Clinique médico-esthétique	51 à 100	11
Womance	Andréanne Marquis	Capitale-Nationale	Commerce de détail	21 à 50	8
Zorah biocosmétiques	Mélissa Harvey	Montréal	Fabrication	21 à 50	18

17% des entreprises du Palmarès qui ont un chiffre d'affaires de plus de 5 millions de dollars utilisent le financement privé comme levier de croissance.

Fatiha Senhaji devient vice-présidente, diversité de la clientèle à BDC



© Unsplash

Fatiha Senhaji a joint l'équipe de la Banque de développement du Canada (BDC) en 2023. À la tête d'une équipe de directeurs régionaux partout au pays, elle pilote la stratégie visant la diversité de la clientèle en travaillant avec des partenaires pour renforcer le soutien et l'apprentissage chez les entrepreneurs clients de BDC.

Un parcours professionnel solide et des compétences

Fatiha est une figure reconnue et travaille depuis plus de 20 ans dans le secteur bancaire. Elle a notamment été directrice nationale, industrie et programmes zéro obstacle chez BMO Groupe financier. Toujours pour BMO, elle a occupé les postes de vice-présidente, trésorerie et solutions de paiement, vice-présidente, services bancaires aux entreprises ainsi que directrice de banque.

Fatiha est de retour à BDC après avoir travaillé en collaboration avec l'organisation pendant trois ans à titre de directrice principale du développement des affaires. Aujourd'hui, elle prend les rênes de la vice-présidence afin de mettre les entrepreneurs en relation les uns avec les autres et de travailler avec des profils de tous horizons et aux ambitions diverses.

Une ambassadrice au service de la diversité et de l'inclusion

Mot d'ordre depuis plusieurs années, la diversité est plus que jamais au cœur des débats. L'arrivée de Fatiha à BDC est donc une bonne nouvelle. Reconnue pour son leadership inclusif, Fatiha prône une approche dynamique et ouverte sans discrimination. Avec une stratégie axée sur la mise en valeur des femmes et des minorités dans le milieu entrepreneurial, elle s'impose depuis longtemps comme une source d'inspiration et de motivation partout au pays. Son ambition

Reconnue pour son leadership inclusif, Fatiha prône une approche dynamique et ouverte, sans discrimination.

est d'aider des entrepreneurs aux profils variés à réussir en affaires. Fatiha saura assurément soutenir les entreprises grâce à la mise en œuvre de stratégies innovantes visant le développement et l'expansion, tout en créant un environnement de travail inclusif qui favorise l'épanouissement et l'innovation.



ÉTOILES MONTANTES

En marge du Palmarès, ces entreprises ont un chiffre d'affaires qui se situe entre 1 et 5 millions de dollars. Voici 85 étoiles montantes qui sont promises à un brillant avenir.

LES ÉTOILES MONTANTES | 1 M\$ À 5 M\$

ENTREPRISES	ENTREPRENEURES	SIÈGE SOCIAL	SECTEUR D'ACTIVITÉ	EMPLOYÉS	ANNÉES D'EXISTENCE
À la Boîte à Fleurs de Laval	Stéphanie Joly, Marie-Ève Joly, Francine Locas-Joly	Laval	Commerce de détail	1 à 20	57
Agence Canidé	Rachel Desbiens-Després	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	21 à 50	8
Agence Charlie	Fanny Larocque	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	1 à 20	7
Agence dada	Manon Goudreault, Andréanne Isabelle Poitras	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	21 à 50	13
Aptitude Ergo	Sylvie Marchand, Josée Morin	Laval	Soins de santé et assistance sociale	21 à 50	7
Arsenal Conseils	Sophie-Emmanuelle Chebin	Capitale-Nationale	Services professionnels, scientifiques et techniques	21 à 50	8
Auberge des 21	Valeria Landivar	Saguenay-Lac-Saint-Jean	Hébergement et services de restauration	21 à 50	30
Béké-bobo	Maggy-Nadyne Lamarche	Montréal	Fabrication	1 à 20	17
BIP Recherche	Lucie Leclerc	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	51 à 100	35
BKIND	Marilyne Bouchard	Montréal	Commerce de détail	1 à 20	9
Boscoville	Annie Fournier	Montréal	Soins de santé et assistance sociale	21 à 50	22
Braindate par e180	Christine Renaud	Montréal		21 à 50	11
Cabana Séguin	Mylène Duguay	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	1 à 20	64

LES ÉTOILES MONTANTES | 1 M\$ À 5 M\$

ENTREPRISES	ENTREPRENEURES	SIÈGE SOCIAL	SECTEUR D'ACTIVITÉ	EMPLOYÉS	ANNÉES D'EXISTENCE
Caméléon RH	Marie-Andrée Lévesque	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	1 à 20	3
Carrément Tarte	Katell Burot	Montréal	Commerce de gros	21 à 50	8
Cartons Corruguard	Marie-Hélène Hotte	Lanaudière	Fabrication	1 à 20	15
Clinique vétérinaire Sainte-Julie	Geneviève Roy, Marilyn Blanchette	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	21 à 50	25
Cofina	Sonya Thayer	Estrie		21 à 50	4
Copeaux Kyling Inc.	Anne-Lise Kyling	Montréal	Agriculture, foresterie, pêche et chasse	1 à 20	48
Défi-Évasion	Véronique Girard	Capitale-Nationale	Arts, spectacles et loisirs	51 à 100	8
DELAN	Stéphany Desmarais, Anne-Marie Deslauriers	Montréal	Recrutement TI	21 à 50	25
Dju design	Julie Bernèche	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	1 à 20	17
Dumais Sauvageau Garon - Cabinet en planification financière	Annabelle Dumais, Noémie Sauvageau	Bas-Saint-Laurent	Finance et assurances	1 à 20	2
École internationale d'accompagnement Cybèle	Nancy Richard	Montréal	Services d'enseignement	1 à 20	7
Edphy International	Marilyse Richard-Robert	Laurentides	Arts, spectacles et loisirs	201 à 500	58
Épicerie LOCO	Andréanne Laurin	Montréal	Commerce de détail	21 à 50	7
Épisode	Laetitia Shaiget	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	1 à 20	
Escalade Clip 'n climb	Isabelle Landry-Larue	Montréal	Arts, spectacles et loisirs	51 à 100	11

LES ÉTOILES MONTANTES | 1 M\$ À 5 M\$

ENTREPRISES	ENTREPRENEURES	SIÈGE SOCIAL	SECTEUR D'ACTIVITÉ	EMPLOYÉS	ANNÉES D'EXISTENCE
Evnia firme-conseil	Marlène Hutchinson	Laurentides	Services professionnels, scientifiques et techniques	1 à 20	18
Exponentiel Conseil	Véronique Arsenault	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	1 à 20	8
Fabrication Clément	Véronique Boucher	Chaudière-Appalaches	Fabrication	1 à 20	25
Girl Crush	Lucie Rhéaume, Cindy Cournoyer	Montréal	Commerce de détail	1 à 20	4
Groupe ADEL	Manon Cambefort	Bas-Saint-Laurent		21 à 50	42
Hamak Marketing Numérique	Sophie Girouard	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	21 à 50	9
Iceberg Management	Julie Tardif, Médina Cayer	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	1 à 20	8
Imbritech Industries	Susy Imbriglio, Cathy Imbriglio	Laval	Fabrication	1 à 20	14
Inspirevax	Christine Jacques	Laval	Services professionnels, scientifiques et techniques	1 à 20	8
Isabelle Huot Docteure en nutrition	Isabelle Huot	Montréal	Commerce de détail	1 à 20	10
kotmo	Céline Juppeau, Cindy Couture	Montréal	Fabrication	1 à 20	9
La tête chercheuse	Annie Bissonnette, Elisabeth Starenkyj	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	1 à 20	26
Le-Cours	Lise Lecours	Montréal	Services d'enseignement	1 à 20	16
Le Groupe Brisson	Chloé Daneau	Laval	Transport et entreposage	1 à 20	60

LES ÉTOILES MONTANTES | 1 M\$ À 5 M\$

ENTREPRISES	ENTREPRENEURES	SIÈGE SOCIAL	SECTEUR D'ACTIVITÉ	EMPLOYÉS	ANNÉES D'EXISTENCE
Le PARLOIR - caves privées	Sandrine Balthazard	Montréal		1 à 20	6
Le vin dans les voiles	Julie Audette, Valérie Paré	Montréal		1 à 20	8
Les aliments Kim Lam Foods	Thien-Kim Lam	Laval	Agriculture, foresterie, pêche et chasse	1 à 20	11
Les cadeaux Shop moi ça	Lissa Moore, Roxanne Moore, Frédérique Canuel	Outaouais	Commerce de détail	1 à 20	5
Les Filles Fattoush	Adelle Tarzibachi, Geneviève Comeau	Montréal		1 à 20	5
Les manufacturiers Volton	Julie Mayer	Montréal	Fabrication	21 à 50	52
Lulu événements	Mirella Di Blasio	Montréal	Événementiel	1 à 20	20
Madame Labriski	Mérianne Labrie	Capitale-Nationale	Agroalimentaire, bien-être, motivation et saines habitudes de vie	1 à 20	7
Maguire Shoes	Myriam Belzile-Maguire, Romy Belzile-Maguire	Montréal	Commerce de détail	21 à 50	6
Medyx	Catherine Mondor	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	1 à 20	8
Métier Plus	Roxane Dumais-Pelletier	Montréal	Autres services (sauf les administrations publiques)	1 à 20	5
MicroHabitat	Orlane Panet	Montréal	Agriculture, foresterie, pêche et chasse	21 à 50	6
Mme L'Ovary	Érica Lebrun-Gauvin, Olivia Elting	Montréal	Commerce de détail	1 à 20	7
Myni	Marie-Hélène David	Capitale-Nationale	Fabrication	21 à 50	3

LES ÉTOILES MONTANTES | 1 M\$ À 5 M\$

ENTREPRISES	ENTREPRENEURES	SIÈGE SOCIAL	SECTEUR D'ACTIVITÉ	EMPLOYÉS	ANNÉES D'EXISTENCE
Naturmania	Stéphanie Bernadet	Capitale-Nationale	Commerce de gros	1 à 20	30
O'Gleman Média	Geneviève O'Gleman	Laval	Communication et production média	1 à 20	5
Oliméga Signé Caméline	Chantal Van Winden	Montréal	Agriculture, foresterie, pêche et chasse	1 à 20	9
Omy Laboratoires	Andrea Gomez, Rachele Séguin	Capitale-Nationale	Fabrication	21 à 50	5
OPC événements	Maritchou Plamondon, Marilyne Dubois	Montréal	Événementiel	1 à 20	20
pardeux	Nathalie Lessard, Véronique Couturier	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	21 à 50	13
Performa Marketing	Annie Verrier	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	1 à 20	12
Perlimpinpin	Danielle Déry, Line Nault, Chantale Roy, Catherine Webster	Capitale-Nationale	Commerce de gros	1 à 20	37
PMT	Isabelle Gratton	Montréal	Industrie de l'information et industrie culturelle	21 à 50	42
Point Cardinal	Isabelle Foisy	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	1 à 20	2
ProScène Dauphinois	Annie Dauphinois, Marguerite Dauphinois	Montréal	Fabrication	21 à 50	40
Publipage	Hélène Héroux	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	21 à 50	26
Purodora Lab	Josée Samson	Estrie	Commerce de détail	1 à 20	12
Réseau Annie RH	Annie Boilard	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	1 à 20	20

LES ÉTOILES MONTANTES | 1 M\$ À 5 M\$

ENTREPRISES	ENTREPRENEURES	SIÈGE SOCIAL	SECTEUR D'ACTIVITÉ	EMPLOYÉS	ANNÉES D'EXISTENCE
Sans-Façon Cosmétiques	Andréanne Marquis	Capitale-Nationale	Commerce de détail	1 à 20	2
SGM	Sonia Gagnon, Anissa Errai, Marie-Lou Rancourt, Elisa Bit	Montréal	Agence de communication et marketing	21 à 50	20
Sobezone	Geneviève Éthier	Montréal	Commerce de gros	1 à 20	10
Solutions Vetceterra (Euthabag)	Céline Leheureux	Centre-du-Québec	Commerce de gros	1 à 20	7
Soudure MetalCo	Maude Véronneau	Laurentides	Fabrication	21 à 50	5
Sport Audvik	Sophie Boyer	Montréal	Fabrication	1 à 20	11
Sporthèque de Hull	Élaine Dupras	Outaouais	Arts, spectacles et loisirs	101 à 200	42
SUITE22 Événements	Nadine Ménard	Montréal	Événementiel	1 à 20	18
Taïga Média	Martine Forand	Capitale-Nationale	Arts, spectacles et loisirs	1 à 20	4
TALINKO	Lucie Pellerin	Montréal	Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement	1 à 20	7
Twenty Compass	Laurence Bédard	Montréal	Commerce de détail	1 à 20	8
Vachon Breton, S.A.	Catherine Poulin, Jacinthe Breton	Chaudière-Appalaches	Services professionnels, scientifiques et techniques	1 à 20	44
Valérie P. La Brègue International	Valérie Pelletier La Brègue	Laval	Services d'enseignement	1 à 20	15
Vertima	Josée Lupien	Capitale-Nationale	Services professionnels, scientifiques et techniques	1 à 20	15
Whitrod Leduc CPA	Julie S. Leduc	Montréal	Services professionnels, scientifiques et techniques	1 à 20	21