

nara

DOCUMENT DE SUPPORT

**SUPPORTS PHYSIQUES**



## In-House Training Center

Welcome to our In-House Training Center.

At Mascon Ltd we believe in investing in the growth and development of our team members. We are proud to introduce our state-of-the-art In-House Training Center designed to foster continuous learning and advancement, designed to foster continuous learning and advancement, designed to foster continuous learning and advancement.

Our Training Center has developed a wide range of knowledge and skills for our employees. We offer a variety of training programs, including:

- Product knowledge and sales training
- Customer service and communication
- Teamwork and collaboration
- Time management and organizational skills
- Professionalism and workplace etiquette

Our In-House Training Center is not just a physical space; it is a symbol of our commitment to continuous improvement and excellence. It reflects our dedication to helping our team members grow in their roles and advance their careers.

We believe that by investing in our employees' development, we strengthen our organization as a whole. The Training Center serves as a platform for building collaborative relationships, fostering innovation, and maintaining a competitive edge in the marketplace.

We are excited to embark on this exciting journey together. Our In-House Training Center is here to support your professional growth and provide you with the resources you need to reach new heights of success.

### Our trainers: Experts in excellence

**Samantha Hunter** is a seasoned beauty professional, renowned for her expertise in brand training and education. With a career spanning several years, she has had the privilege of working with prestigious brands such as Clinique, Neutrogena, Jan Marini, and L'Oréal. However, her most profound connection lies with Dr. Hauschka, where she currently serves as a National Brand Trainer. The holistic approach and alignment with her personal lifestyle choices over her life brand.

**Danielle Lepine** is an esteemed beauty industry professional, renowned for her passion and commitment to training and education. Her professional background spans the cosmetic, aesthetic, and esthetic fields. With 20 years' experience under her belt, Danielle is currently a National Trainer for Swissline, a results-driven prestige brand that matches her philosophy of caring for the skin's needs.


**Beth Ann Maloney** has been working in the cosmetics and beauty industry for over 30 years. Passionate and generous, she loves to pass on her knowledge, especially when it comes to plants, flowers, and essential oils in cosmetics. With her years of experience in face and body care, she is currently a National Brand Trainer for Mary Kay, a brand she particularly likes for the essential oils, cosmetic plants, and active ingredients found in its skincare range, but above all for their proven effectiveness. Outside of Boston, MA.

**Patrick Jobin** has been working in the cosmetics and beauty industry for over 30 years. Passionate and generous, she loves to pass on her knowledge, especially when it comes to plants, flowers, and essential oils in cosmetics. With her years of experience in face and body care, she is currently a National Brand Trainer for Mary Kay, a brand she particularly likes for the essential oils, cosmetic plants, and active ingredients found in its skincare range, but above all for their proven effectiveness. Outside of Boston, MA.

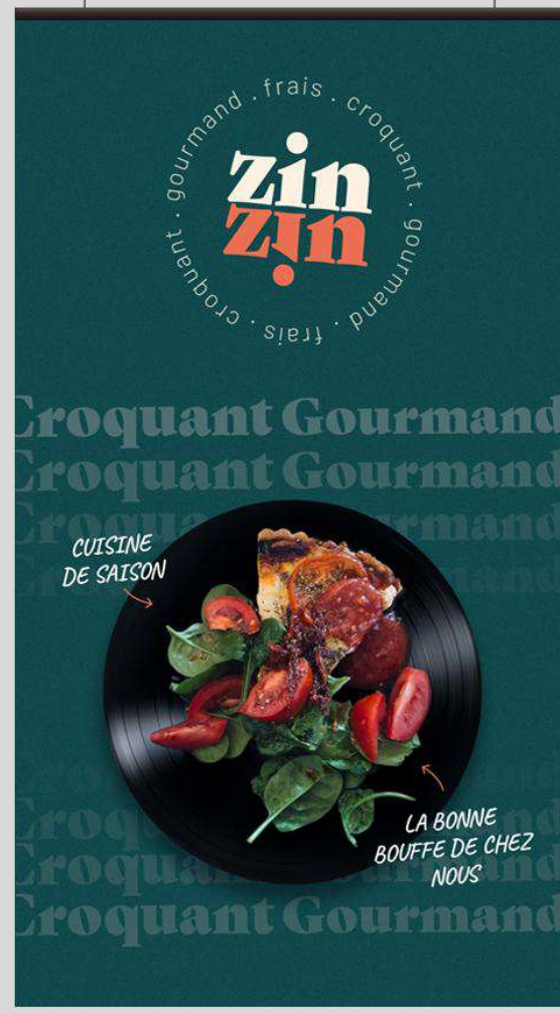
## LUXURY REAL ESTATE HAS A NAME

# MARIE-YVONNE PAINT

MYPAINT.CA - 514 933 5888 - f @ in



AV. LANSDOWNE, WESTMOUNT \$1,895,000  
 AV. ARBYLE, WESTMOUNT \$1,790,000  
 SEMI-DETACHED HOME (LOWLY TERRACE) \$1,795,000  
 SUNNYFLOUS HOUSE SURROUNDED BY GREENERY \$4,995,000  
 "UM", PLATEAU-MONT-ROYAL \$3,250,000  
 MAIN ROAD, HUDSON \$4,900,000  
 BEAUTIFUL CONDO (APARTMENT) MOUNTAIN VIEWS \$1,995,000  
 CRESCENT SUMMIT, WESTMOUNT \$7,495,000  
 LISTED & SOLD  
 ACCEPTED OFFER  
 LISTED & SOLD  
 ACCEPTED OFFER  
 "LOFTS REDPATH", SOUTH WEST  
 "LES OLANO", OLD PORT  
 AV. WESTMOUNT, WESTMOUNT  
 THE BOULEVARD, WESTMOUNT



zinzin  
 Croquant Gourmand  
 CUISINE DE SAISON  
 LA BONNE BOUFFE DE CHEZ NOUS



zinzin  
 Croquant Gourmand  
 Duverture Prochaine  
 CUISINE DE SAISON  
 LA BONNE BOUFFE DE CHEZ NOUS



### III. MULTILINGUES EN CHIFFRES

EFFECTIF GLOBAL ET RESSOURCES PÉDAGOGIQUES :

Effectif global	47
Commercial et administratif	4
Formateurs permanents	18
Formateurs vacataires	25
Ressources développement pédagogique	2

100% Langues

CHIFFRE D'AFFAIRE 2015, 2016, 2017

Exercice fiscal du 01/09/2014 au 31/08/2015	1 064 286 €
Exercice fiscal du 01/09/2015 au 31/08/2016	1 098 108 €
Exercice fiscal du 01/09/2016 au 31/08/2017	980 236 €

RÉPARTITION INTER ET INTRA ENTREPRISE ET DIGITAL :

Type de parcours	2015	2016	2017	2018
Cours individuels en face à face	75	45	55	52
Cours collectifs en face à face	15	34	25	16
Cours individuels blended	4	7	13	25
Cours individuels par téléphone	5	12	5	7
Immersion	1	2	2	0
Total %	100	100	100	100

### MULTILINGUES - ÉCOLE DE LANGUE POUR ENTREPRENEURS

RÉPARTITION PAR ACTIVITÉS ET PUBLICS :

95% Salariés d'entreprises  
 5% Demandeurs d'emploi et particuliers.

TOP 10 DES FORMATIONS RÉALISÉES :

- Anglais en cours individuels
- Anglais en cours individuelles + e-learning
- Anglais en cours collectif + e-learning
- Anglais en cours collectif + cours par téléphone
- Anglais en cours par téléphone
- Anglais en cours par téléphone + e-learning
- Français Langue Etrangère en cours individuels
- Allemand en cours individuels
- Espagnol en cours individuels
- Japonais en cours individuels

# PUR

LINDA TAN, CPA  
 ASSOCIÉE / PARTNER  
 1-888-787-1188 x 700  
 ltan@groupepur.ca  
 508-1188 Av Union, H3B 0E5, Montréal, QC

SERVICES GROUPE PUR GROUPEPUR.CA

## 5 simple steps

1. Identify Key Areas for Improvement
2. Define Clear Objectives
3. Break Down Goals into Milestones
4. Communicate Goals Clearly
5. Monitor Progress and Provide Feedback

Implement Coaching Strategies

How to set clear Goals?

How to Implement

Benefits



ZEINA KHALIL  
 Parlons de vous, parlons maison.  
 Zeina Khalil  
 Courtière immobilière  
 514-726-9362  
 zeinakhalil.com

## NOTRE

Accompagner dans leurs en

Nous améliorons logistiques u



L'IMMOBILIER DE LUXE A UN NOM  
 MARIE-YVONNE PAINT

Transactions par Pro

## La situation générale

En 2023-2024, la Fondation de la Visite a accompagné 543 familles, comptant 1 177 enfants accompagnés auprès des familles où ont bénéficié de plus de quatre contacts, soit 370 familles, comptant 822 enfants dont 376 nouveaux.

## Le portrait des familles accompagnées par le programme De la Visite

La Fondation de la Visite - Rapport Annuel 2023-2024

RÉPARTITION DES FAMILLES PAR SECTEUR

Hochelaga-Maisonneuve : 40  
 Montréal-Nord : 134  
 Bordeaux-Cartierville : 71  
 Saint-Laurent : 41



Vignoble montvinéa 2024  
 Pinot noir  
 Vignoble montvinéa 2024

## Why optimize your business processes?

Improving efficiency

Adapting to new challenges

Integrating performance monitoring and ongoing engineering approach, you create a virtuous cycle of optimization and innovation. You'll transform your company into an agile, responsive organization focused on operational excellence.





Nous sommes une agence digitale tout-en-un basée à Montréal depuis 9 ans.  
Notre entreprise est composée de 4 départements :

DESIGN

DÉVELOPPEMENT

MARKETING

CRÉATION  
DE CONTENU

# SOMMAIRE DES PROJETS

PAGE 5 MPWR

PAGE 8 ZEINA KHALIL

PAGE 10 PETIT ET FILS

PAGE 13 ZINZIN

PAGE 15 FONDATION DE LA VISITE

PAGE 18 GCL

PAGE 21 MUSHUP

PAGE 22 MULTILANGUES

PAGE 24 ONOA

PAGE 27 MARIE-YVONNE PAINT

PAGE 30 MASSON LTD

PAGE 32 SERVICES GROUPE PUR INC.

PAGE 34 TALAN



PROJET

# MPWR

Coach de performance

## NOTRE MANDAT

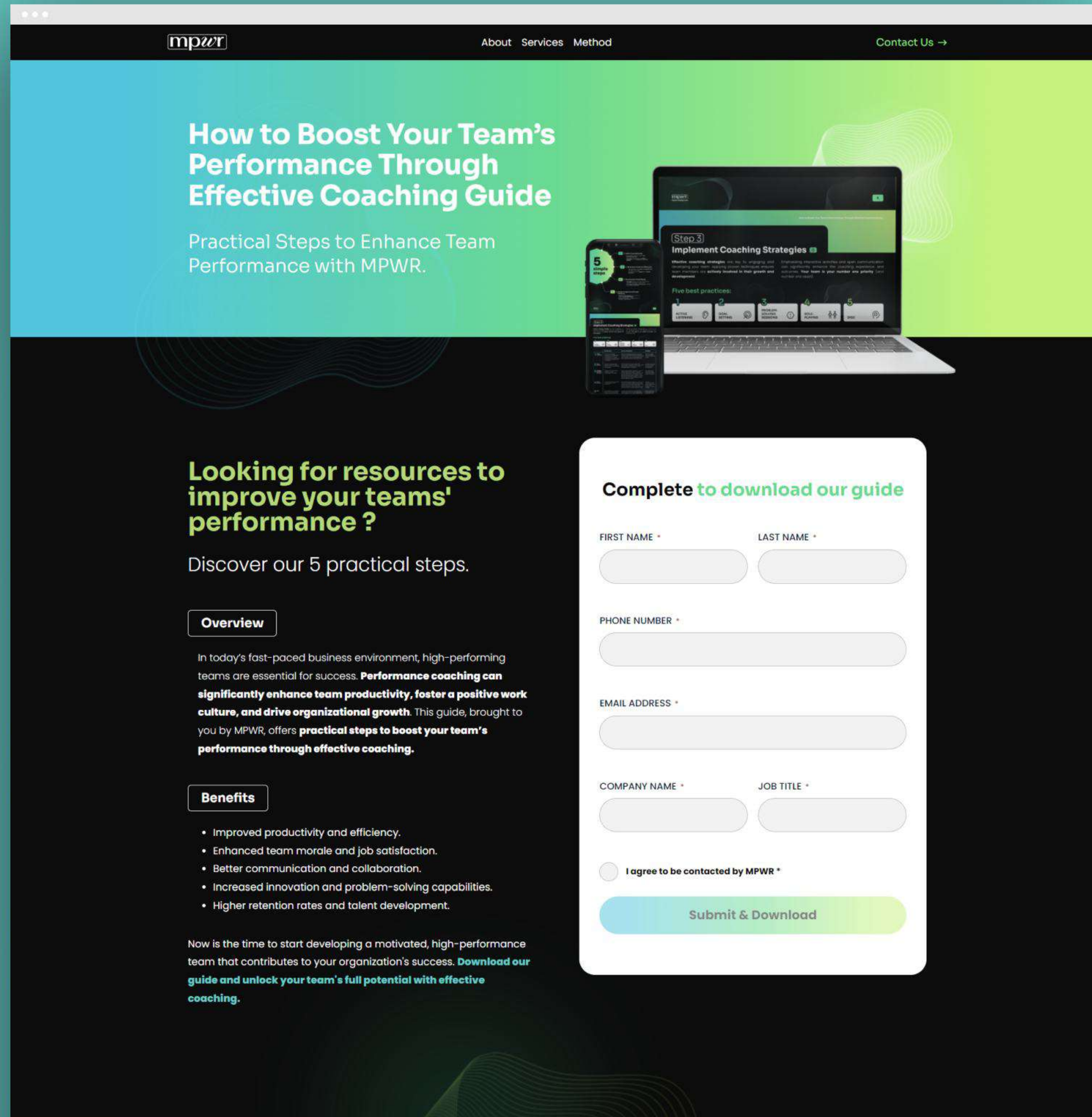
La conception d'une identité de marque complète, englobant le logo, les choix typographiques et les éléments visuels. Par la suite, nous avons réalisé la conception et la production de documents de type livre blanc ainsi que de pages d'atterrissage.

## INTENTIONS DU CLIENT

- Présentation claire des différents concepts, illustrée sous forme de schéma et de tableau.
- Mise en page moderne favorisant une meilleure compréhension de l'information.
- Maintien de l'identité de la marque tout au long du document, tout en conservant l'attention du lecteur.









Step 2 Set Clear Goals

### How to set clear Goals?

# 5 simple steps

- 1. Identify Key Areas for Improvement:**
  - Review performance assessments to pinpoint areas needing improvement.
  - Engage with team members to understand their perspectives and challenges.
- 2. Define Clear Objectives:**
  - Use the SMART criteria to articulate clear, actionable objectives.
  - Ensure each goal aligns with your team's capabilities and the organization's strategic priorities.
- 3. Break Down Goals into Milestones:**
  - Divide larger goals into smaller, manageable tasks (concept of baby steps).
  - Set milestones to track progress and maintain momentum.
- 4. Communicate Goals Clearly:**
  - Share goals with your team and ensure everyone understands their role in achieving them.
  - Encourage open dialogue and feedback to address any concerns or obstacles.
- 5. Monitor Progress and Provide Feedback:**
  - Regularly review progress towards goals and provide constructive feedback.
  - Celebrate milestones and adjust the plan as necessary to stay on track.

## Step 3

### Implement Coaching Strategies

Effective coaching strategies are key to engaging and developing your team. Applying proven techniques ensures team members are actively involved in their growth and development.

Emphasizing interactive activities and open communication can significantly enhance the coaching experience and outcomes. **Your team is your number one priority** (and number one asset).

#### Five best practices:

- 1 ACTIVE LISTENING
- 2 GOAL SETTING
- 3 PROBLEM-SOLVING SESSIONS
- 4 ROLE-PLAYING
- 5 DISC

	Description	How to Implement	Benefits
1 ACTIVE LISTENING	Focus fully on the speaker, understand their message, respond thoughtfully, and remember the conversation. Be in the present moment and not in the next meeting or thinking about the next thing on your to-do list.	During coaching sessions, give your full attention to the team member speaking. Avoid interrupting and acknowledge their points by nodding or providing brief verbal affirmations. Summarize what they've said to ensure understanding. Reformulate in some cases.	Builds trust, clarifies misunderstandings, and shows respect and empathy.
2 GOAL SETTING	Help team members set SMART goals, especially new managers or directors who haven't been exposed to that exercise.	Work with each team member to identify their individual goals and align them with the team's overall objectives. Break down larger goals into smaller, manageable tasks and set deadlines.	Provides clear direction, increases motivation, and enhances focus and productivity.
3 PROBLEM-SOLVING SESSIONS	Facilitate structured discussions where team members collaboratively solve problems.	Identify a specific problem and gather the team for a brainstorming session. Encourage everyone to contribute ideas, evaluate options, and decide on the best action. (For example, your sales team faces a significant challenge: a noticeable decline in closing deals over the past quarter. You decide to facilitate a structured discussion to identify the root causes and develop actionable solutions.)	Promotes teamwork, encourages creative thinking, and improves problem-solving skills.
4 ROLE-PLAYING	Use simulated scenarios to practice and develop skills in a safe environment.	Create realistic scenarios relevant to your team's work. Have team members act out these scenarios, taking on different roles. Provide feedback and discuss what worked well and what could be improved. (For example, a stakeholder questioned the environmental impact regarding water usage and pollution control).	Enhances communication skills, builds confidence, and prepares team members for real-life situations.
5 DISC	Utilize the DISC model to understand team members' behavioral styles and improve communication and collaboration.	Assess each team member's DISC profile. Use the insights gained to tailor your coaching approach, ensuring it aligns with their natural preferences and strengths. Organize activities that highlight the strengths of different DISC styles and foster mutual understanding.	Improve interpersonal relationships, enhance team dynamics, and maximize individual and collective performance.



## PROJET

# ZEINA KHALIL

Agente immobilière

## NOTRE MANDAT

- Concevoir des cartes de vœux.
- Concevoir des cartes de visite.
- Concevoir un poster promotionnel à afficher dans un abri de bus.
- Concevoir un panneau publicitaire à afficher devant les biens immobiliers.

## INTENTIONS DU CLIENT

- Travailler avec une palette de couleurs définies.
- Rafraîchir l'image de marque.





Zeina Khalil  
Courtière immobilière  
Real Estate Broker

514-726-9362  
zeinakhalil.com



Entamez un nouveau chapitre de votre vie cette année !

Begin a new chapter of your life this year!






La clé de votre nouvelle vie.



Zeina Khalil  
Courtière immobilière  
514-726-9362  
e: zeinakhalil@gmail.com  
zeinakhalil.com

ZEINA KHALIL  
Courtière immobilière




Accompagnement de qualité - Service sur mesure - Depuis 2004  
Français | Anglais | Arabe | Espagnol

La clé de votre nouvelle vie.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla ac vulputate ipsum, a rutrum nulla. Donec et egestas nisi. Fusce id vulputate elit. Curabitur placerat ultrices magna eget bibendum. Aliquam orci nulla, viverra a velit et, auctor lobortis elit. Cras non vestibulum dolor, Quisque maximus nisi vitae fermentum convallis. Maecenas hendrerit massa in ante faucibus porta. Maecenas tempor ipsum et vestibulum sodales. Phasellus augue lorem, lacinia sit amet ligula nec, imperdiet pellentesque neque. Aliquam erat volutpat. Fusce vestibulum, sem ac porta ultrices, mi mauris consectetur erat. at dicitum falcie aeneia au erat. Vivamus sit amet

Avec vous dans le grand Montréal



Une mise en marché réussie!

- Diffusion de votre propriété
- Photos professionnels
- Home staging
- Création d'une brochure
- Public ciblé pour votre publicité
















ZEINA KHALIL





La clé de votre nouvelle vie.

Zeina Khalil  
Courtière immobilière  
514-726-9362  
zeinakhalil.com




 629 000 \$ #13360496 680, Place de Dorval Chomedey	 1 199 000 \$ #25211239 488, Rue des Allomas Sainte-Dorothée	
 Vendu	 978 000 \$	 698 000 \$
 371, Rue Dalida Fabreville	 #15750665 555, Rue Margan Sainte-Dorothée	 #28429551 285, Rue Dorville Fabreville
 Vendu	 Vendu	 Vendu
 835, Rue Joseph-Tassé Sainte-Dorothée	 605, Rue Toussaint Sainte-Dorothée	 758, Rue Marsil Sainte-Dorothée

514-726-9362  
zeinakhalil.com



## PROJET

# PETIT & FILS

Vergers et cidrerie

## NOTRE MANDAT

Conception d'une identité visuelle pour une étiquette de vin, puis la déclinaison pour une gamme de produits variés.

## INTENTIONS DU CLIENT

- Développement d'une illustration qui est élégante et représentative du vignoble.
- Mise en page et hiérarchisation du texte pour offrir un visuel à la fois informatif et aéré.
- Recherche approfondie des couleurs adaptées à chaque produit, afin de créer une identité visuelle distincte et cohérente.





montvinéa

---

Vignoble  
**montvinéa**  
2024

Notre Syrah du Vignoble Montvinéa, à Mont-St-Hilaire, tire son caractère unique d'un climat nordique, offrant un mélange riche de fruits noirs, poivre et épices. Ce vin, alliant tradition et modernité, présente une harmonie gustative qui reflète notre passion pour la viticulture.

---

Vin rouge | Red wine  
Produit du Québec | Product of Québec

Vignoble Montvinéa  
930 chemin de la montagne,  
Mont-St-Hilaire, QC, Canada

**Contient : Sulfites**  
**Contains: Sulphites**

628055392170

750ml 12%alc/vol

Syrah

montvinéa

---

Vignoble  
**montvinéa**  
2024

Ce rosé, élaboré à partir de Gamay cultivé au Vignoble Montvinéa dans le Mont-St-Hilaire, évoque des arômes de fraises des bois et de framboises, complétés par des touches florales de roses et de violette. Équilibré, il se distingue par une acidité vivifiante qui met en valeur la richesse de notre terroir nordique.

---

Vin rosé | Rosé wine  
Produit du Québec | Product of Québec

Vignoble Montvinéa  
930 chemin de la montagne,  
Mont-St-Hilaire, QC, Canada

**Contient : Sulfites**  
**Contains: Sulphites**

628055392125

750ml 12%alc/vol

Gamay

montvinéa

---

Vignoble  
**montvinéa**  
2024

Ce vin rosé mousseux de Gamay du vignoble Montvinéa du Mont-Saint-Hilaire est le fruit d'un terroir nordique exceptionnel. Lumineux et rafraîchissant, ce vin élaboré en méthode traditionnelle, séduit par ses arômes délicats de petits fruits rouges et une pointe d'acidité vivifiante.

---

Vin rosé mousseux | Sparkling rosé wine  
Produit du Québec | Product of Québec

Vignoble Montvinéa  
930 chemin de la montagne,  
Mont-St-Hilaire, QC, Canada

**Contient : Sulfites**  
**Contains: Sulphites**

628055392194

750ml 12%alc/vol

Gamay

montvinéa

---

Vignoble  
**montvinéa**  
2024

Ce vin mousseux du Vignoble Montvinéa est élevé en méthode traditionnelle et est le fruit d'un assemblage de Chenin Blanc et de Chardonnay. Il se distingue par un bouquet d'arômes de pomme verte, poire et de nuances florales, le tout animé par des bulles fines et une vivacité citronnée rafraîchissante.

---

Vin blanc mousseux | Sparkling white wine  
Produit du Québec | Product of Québec

Vignoble Montvinéa  
930 chemin de la montagne,  
Mont-St-Hilaire, QC, Canada

**Contient : Sulfites**  
**Contains: Sulphites**

628055392149

750ml 12%alc/vol

Chenin blanc | Chardonnay







PROJET

# ZINZIN

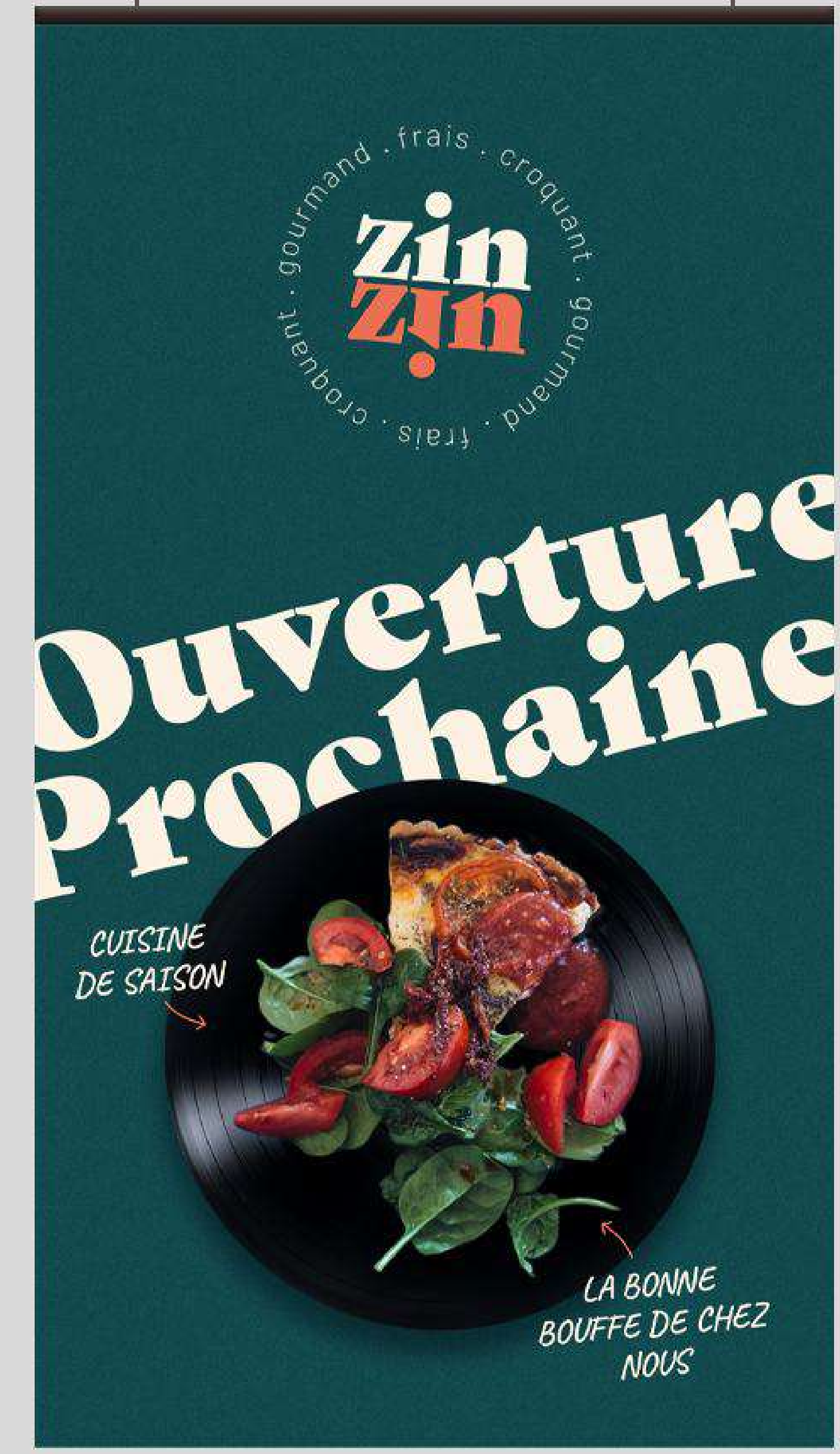
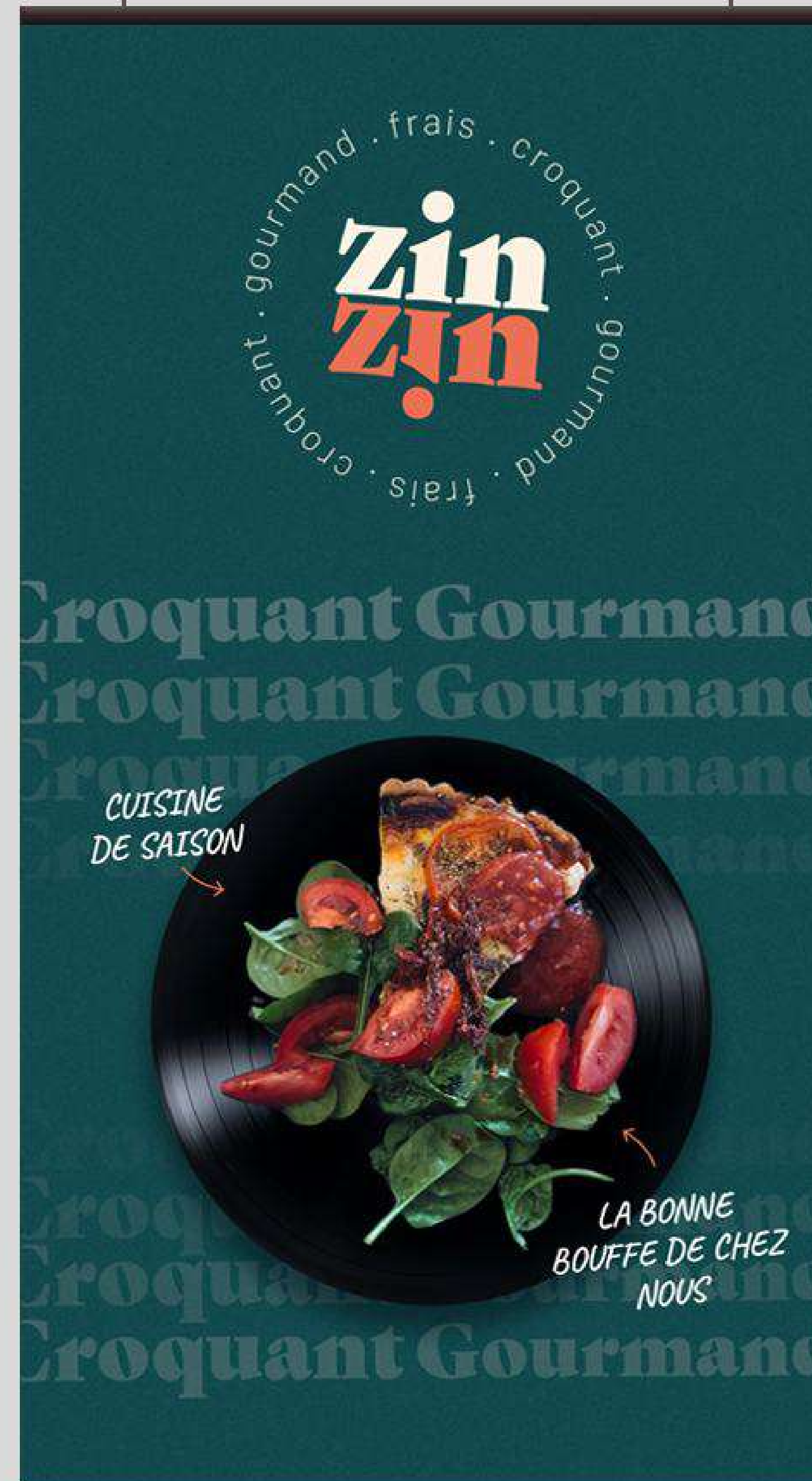
Restaurant

## NOTRE MANDAT

- Concevoir des bannières décoratives.
- Concevoir les menus.
- Concevoir les cartes de visite.

## INTENTIONS DU CLIENT

- Rafraîchir l'image de marque, en tenant compte des éléments de décoration du restaurant.









## PROJET

# FONDATION DE LA VISITE

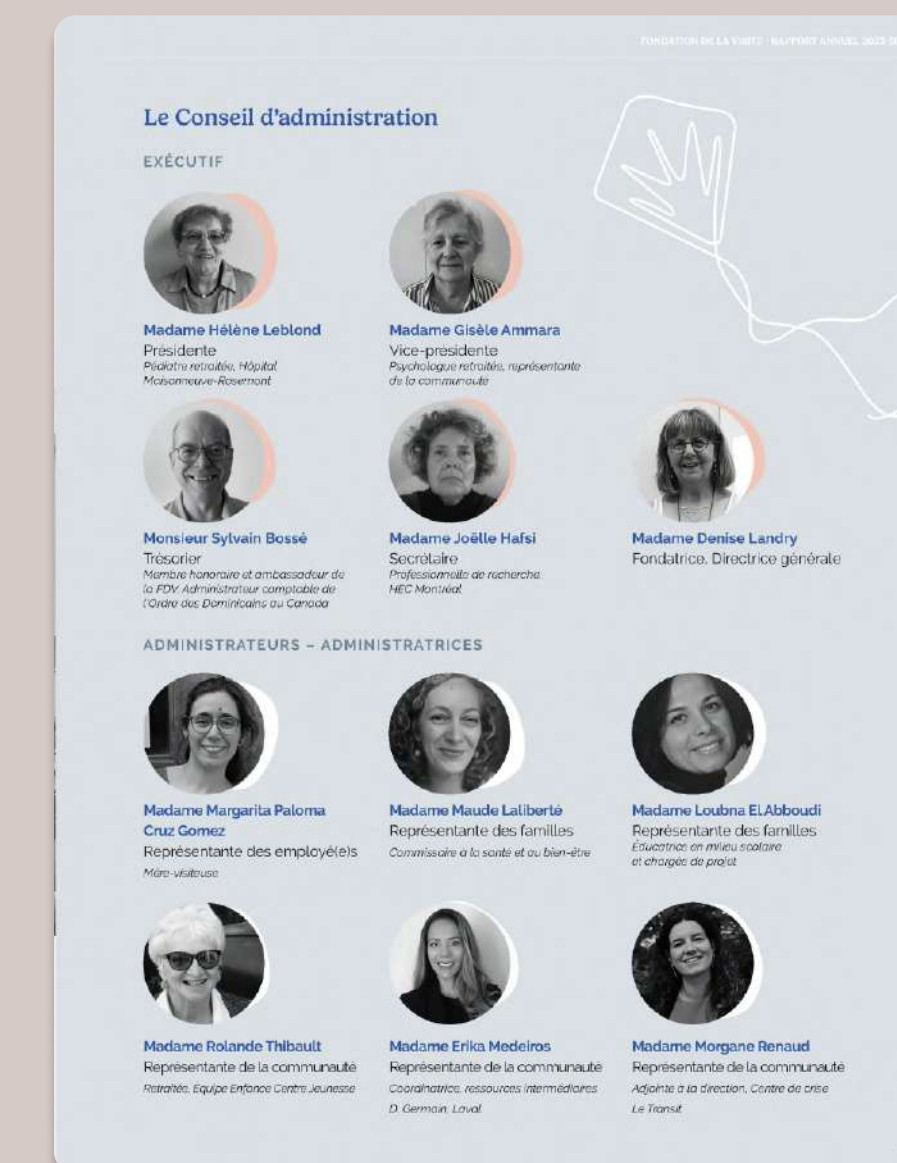
Association caritative accompagnant les familles

## NOTRE MANDAT

Créer différents types de documents visant à promouvoir la marque, faire le récapitulatif de ses activités, ou présenter ses évènements caritatifs. Parmi ces documents, nous retrouvons des rapports annuels, des cartons d'invitation, des programmes, des historiques, etc.

## INTENTIONS DU CLIENT

- Une présentation claire des différents services ou concepts, par lae biais d'illustrations, de schémas ou de tableaux.
- Une mise en page moderne favorisant une meilleure compréhension de l'information.
- Des documents à fort impact visuel.





# 35 ans de Visites, d'hier à aujourd'hui

**1985 - 1987**  
Recherche-action *De la Visite* menée par la Santé publique et trois départements de santé communautaire  
→ Le placement d'enfants est évité dans 80% des familles à risque

**1988**  
Naissance de la Fondation de la Visite

**1991**  
Ouverture des services à :  
• Montréal-Nord,  
• Lachine / Ville Saint Pierre  
• Notre-Dame-de-Grâce

**1992**  
Reconnaissance de l'organisme par le Gouvernement du Québec grâce au rapport « *Un Québec fou de ses enfants* » de Camil Bouchard

**1993**  
Ouverture des services à :  
• Hochelaga-Maisonneuve  
• Bordeaux-Cartierville

**1994**  
Reconnaissance de l'organisme par le Gouvernement du Canada

**2002**  
Reconnaissance de l'organisme par Centraide du Grand Montréal

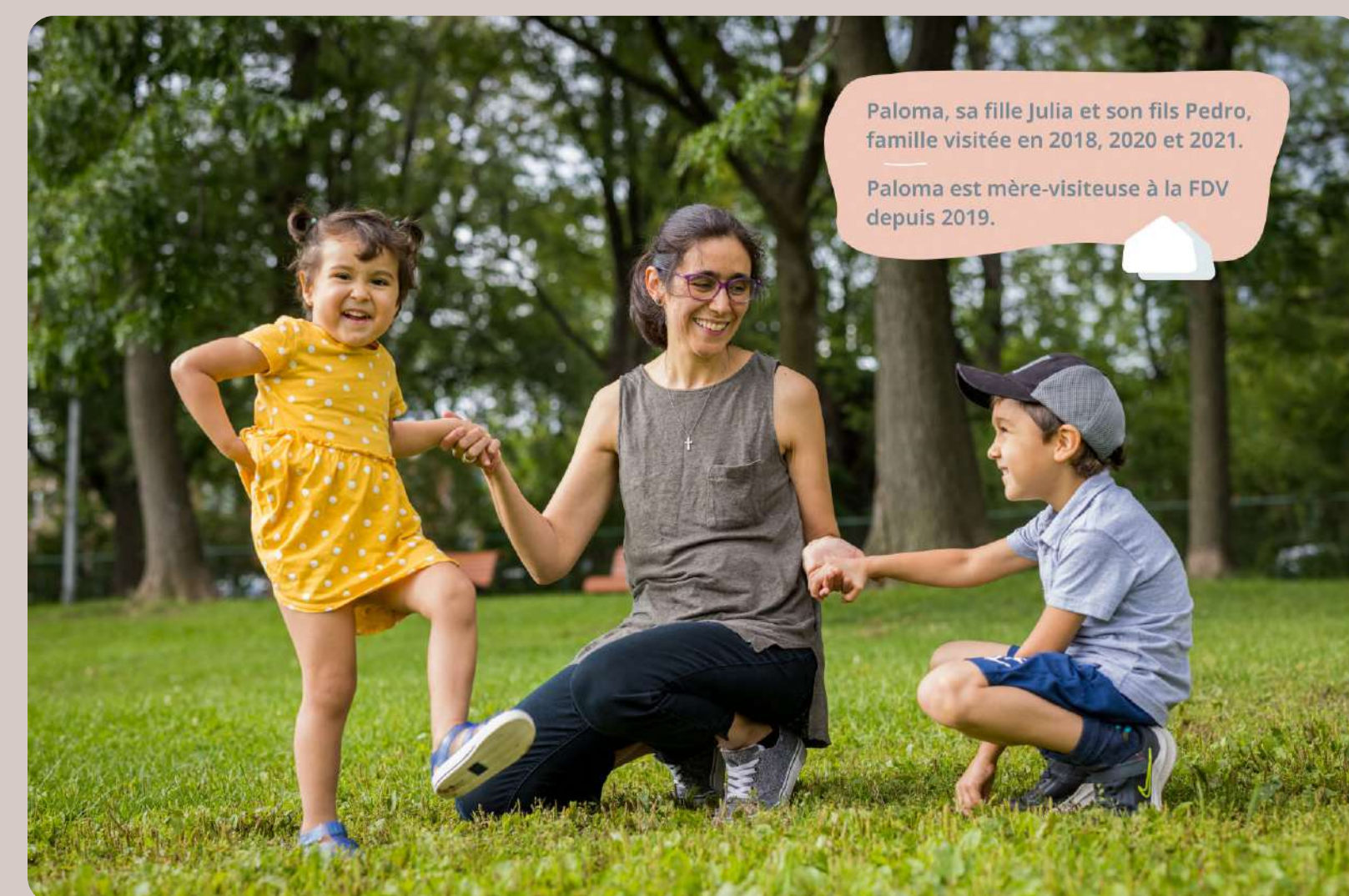
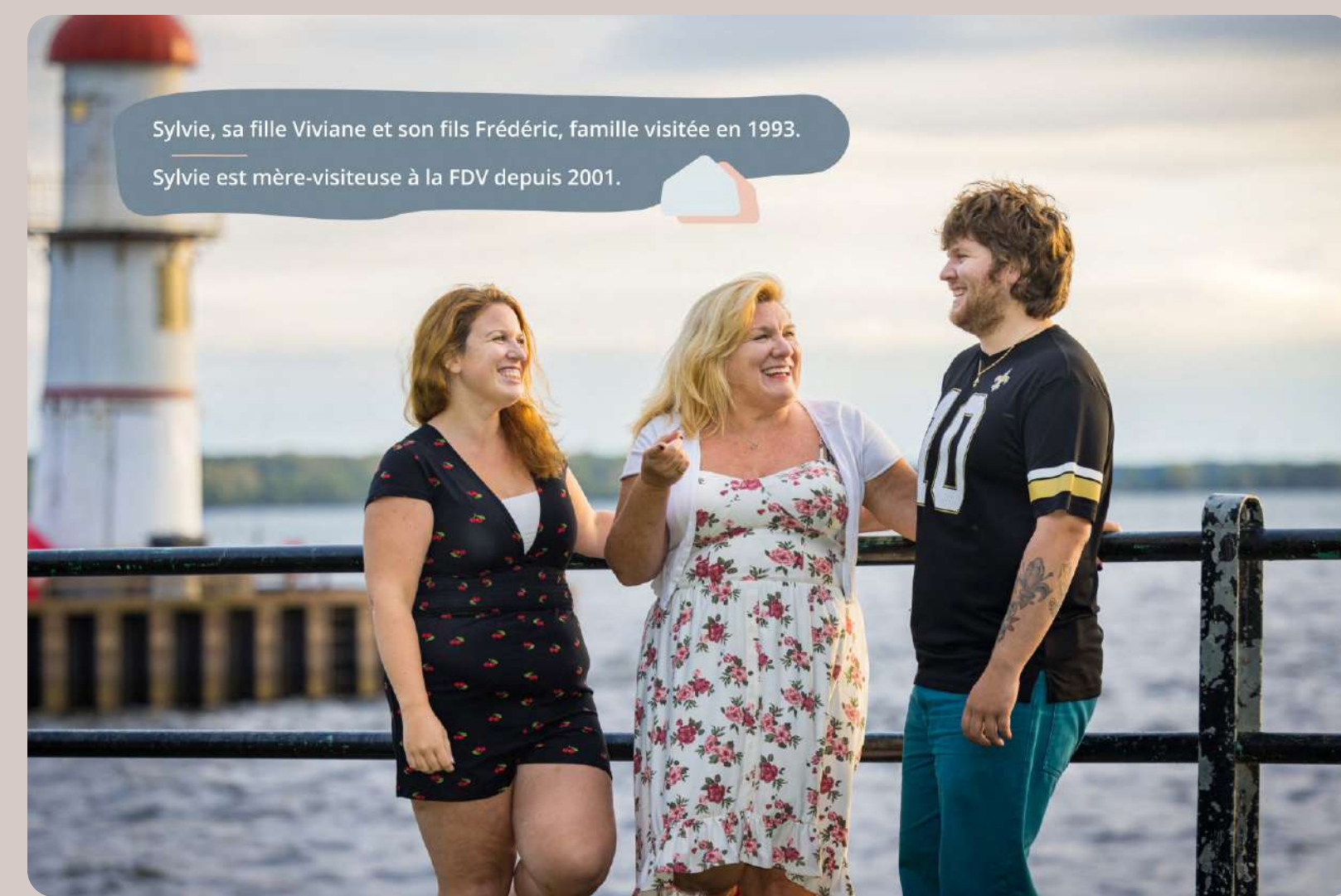
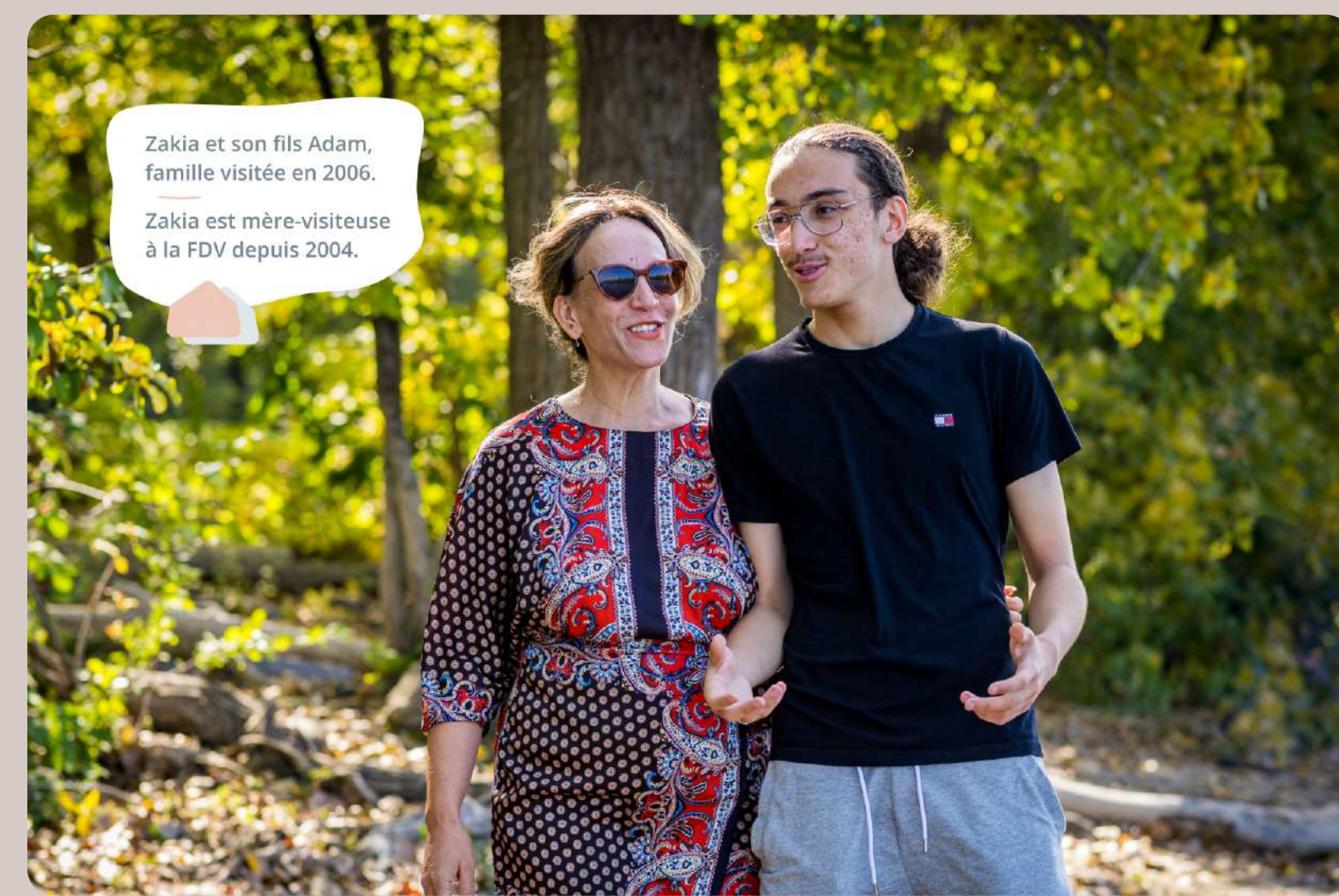
**2003**  
Implantation d'un projet pilote de père-visiteur  
+ Ouverture des services à René-Cassin

**2014**  
Ouverture des services à Côte-des-Neiges  
+ Implantation d'un nouveau service repris d'Assistance Maternelle : la trousse de naissance

**2021**  
Ouverture des services à LaSalle

**2023**  
Ouverture des services à Saint-Laurent

**2005 - 2015**  
Participation à la recherche-action *Relais-Pères* menée par l'Agence de la santé et des services sociaux de Montréal, le Centre Jeunesse de Montréal-Institut Universitaire et l'Université du Québec en Outaouais



## Programme Bonheurs d'Enfants

Campagne 2023

### Nos principaux partenaires

Desjardins, FONDATION Famille LÉGER, Fondation StHubert, Au Fil de l'Eau, MAGNUS POIRIER, FONDATION AIR CANADA, normandin beaudry gestion privée, Pelican

### Membres du Cabinet d'Honneur

**Coprésident d'honneur**  
M. Salvatore Migliara  
Propriétaire de la Résidence Au Fil de l'Eau

**Coprésidente d'honneur**  
Mme Valérie Blais  
Artiste et mère engagée, marraine de Bonheurs d'Enfants depuis 2015

**Mme Jacinthe Sicotte**  
Directrice générale de la Caisse Desjardins de Sault-au-Récollet - Montréal-Nord

**M. Christian Elie**  
Coprésident et administrateur de Pelican International Inc.

**Mme Marie Guisette**  
Ex-directrice d'Business - Maitresse

**M. Robert Richard**  
Coprésident Professionnel Agri - CBS

**Mme Mélanie Pietre**  
Chercheuse Sociale - Magnus Poirier

**Mme Maude Roy**  
Propriétaire des Résidences St Hubert - Cadillac, Pte St. Esprit - Plaza St Hubert

**Mme Hélène Leblond**  
Présidente retraitée et Présidente de C.A. de la Fondation de la Visite

**M. Sylvain Veinot**  
Propriétaire des Résidences St Hubert - Cadillac, Pte St. Esprit - Plaza St Hubert

### Programme de la soirée

17h30 Ouverture des portes  
17h45 à 18h45 Cocktail dinatoire Encan Alex Bellegarde Duo  
18h45 à 19h45 Tirage, talkshow et remerciements  
19h45 Spectacle

### Quelques-uns des artistes ce soir

Fabien Dupuis, Anne-Elisabeth Bossé, Alex Bellegarde Duo, Yama Laurent, Patrice Coquerre, Michel Rivard, Dominica Merola, Marc Dery

### Vos prix ce soir à l'encan et au tirage

Deux billets Air Canada (Valeur marchande : 2 100 \$)  
Un kayak Pelican (Valeur marchande : 524,99 \$)  
Un paddle board Pelican (Valeur marchande : 599,99 \$)  
Un bijou MYEL (Valeur marchande : 590 \$)  
Un coffret de vin d'importation privée (Valeur marchande : 300 \$)  
Deux billets de l'Orchestre Métropolitain (Valeur marchande : 332 \$)  
Deux billets Omnium Banque Nationale (Valeur marchande : 300 \$)  
Un panier cadeau (Valeur marchande : 700 \$)  
Deux billets des Canadiens vs les Kings (Valeur marchande : 676 \$)  
Tricots des mamies tricoteuses (Valeur marchande : Inestimable)



## La situation générale

En 2023-2024, la Fondation de la Visite a accompagné 543 familles, comptant 1 177 enfants dont 506 nouveau-nés dans les secteurs desservis via le programme De la Visite. De plus, la Fondation de la Visite a soutenu 1 432 femmes enceintes sur toute l'île de Montréal en les faisant bénéficier du service d'accueil et de distribution de trousse de naissance.

Afin que l'évaluation des effets du service de soutien à domicile soit significative, l'analyse des interventions s'effectue auprès des familles qui ont bénéficié de plus de quatre contacts, soit 378 familles, comptant 812 enfants dont 376 nouveau-nés.

Notons que 71 familles n'ont pas pu recevoir le service en raison d'un manque d'intervenants, résultant d'un manque de financement.

### RÉPARTITION DES FAMILLES PAR SECTEUR



## Le portrait des familles accompagnées par le programme De la Visite

Toutes les familles accèdent volontairement aux services. Les CIUSSS et CLSC ont référé 40% des familles accompagnées, 18% des parents se sont prévalu eux-mêmes du service et 30% des familles ont été référées par des organismes du milieu. Les 12% des familles restantes ont été référées par le service de la trousse de naissance.

### DIVERS FACTEURS POUVANT CONCOURIR À LA NÉGLIGENCE



Pour 41% des familles, la précarité financière se traduit par des soucis financiers importants et pour 20% par des problèmes de logement et nécessite la recherche de ressources d'urgence et d'appoggio.

28% des mères ont eu des problèmes de santé nécessitant un suivi médical, 13% ont eu un problème physique. En ce qui a trait à leur santé mentale, 7% ont vécu une dépression postnatale et 11% ont connu d'autres problèmes de santé mentale.

Ces facteurs sont ceux ciblés par la Santé publique comme étant les principaux qui peuvent favoriser et aggraver des situations de violences intrafamiliales. Ceci est validé par notre expérience sur le terrain. L'isolement est le facteur majeur qui peut conduire à une détérioration de la situation. Il se traduit par un manque de soutien, une absence de réseau social et familial, une précarité financière ou une réticence de la part des parents à demander de l'aide. Ce facteur peut être associé également à la monoparentalité, le fait d'avoir un premier bébé ou au fait d'être jeunes parents.

En comptant ces facteurs de risque, nous avons identifié 99% de familles à risque.

Tableau 2 - Types de contacts auprès des pères à Montréal-Nord, Lachine/Dorval/St-Pierre et Bordeaux-Cartierville	
Nombre de pères visités (4 contacts et plus)	44
Familles suivies en dyade (Suivi conjoint d'une mère-visiteuse et d'un père-visiteur)	27
Nombre d'enfants rejoints	114
Nombre de nouveau-nés	48
Jumeaux	4
Immigration	416
Nouveaux arrivants (moins de cinq ans)	41
Pauvreté	37
Référés par les CSSS	22
Référés par d'autres sources	22
<b>Total</b>	<b>1904</b>

## Les services de visites à domicile : interventions et activités

Type de contact	Montréal-Nord	Hochelaga-Maisonneuve	Lachine/Dorval/St-Pierre	Bordeaux-Cartierville	Notre-Dame-de-Grâce	René-Cassin Côte St-Luc	Côte-des-Neiges	LaSalle	St-Laurent	Total
Visites à domicile	1 569	370	779	992	541	84	597	302	454	5 688
Appels téléphoniques	2 249	399	842	1 228	613	100	1 456	607	291	7 785
Répits	316	64	115	231	191	20	213	136	2	1 288
Accompagnements professionnels	345	17	62	214	53	7	74	28	46	846
Accompagnements communautaires	270	44	64	248	68	14	76	7	66	857
Accompagnements institutionnels	92	92	18	44	12	2	18	5	13	296
Accompagnements aux activités (organisés par les partenaires)	241	33	69	244	104	19	78	19	19	826
Activités de regroupement (organisées par la FDV)	66	23	13	25	16	0	19	17	3	182
<b>Total</b>	<b>5 148</b>	<b>1 042</b>	<b>1 962</b>	<b>3 226</b>	<b>1 598</b>	<b>246</b>	<b>2 531</b>	<b>1 121</b>	<b>894</b>	<b>17 768</b>



### FOCUS SUR LES FÊTES DE NOËL

Chaque année, les différents quartiers qui disposent du service De la Visite, proposent une fête de Noël aux familles accompagnées durant l'année. Un beau moment, pour les parents et les enfants, qui leur permet de briser leur isolement et de socialiser. À noter la présence de certains partenaires communautaires. À Montréal-Nord par exemple, le Cercle des fermières est présent et remet des petits cadeaux aux enfants sur place.

En 2023, chaque quartier a organisé une fête de Noël et l'ensemble de ces activités ont regroupé 200 personnes.

### FOCUS SUR LE PROGRAMME Y'APP

Y'APP (Y'A Personne de Parfait) est un programme communautaire d'éducation et de soutien parental. Son principal objectif est d'accroître les habiletés parentales et leurs capacités à préserver et à améliorer la santé de leurs jeunes enfants. Il



### FOCUS SUR L'ÉVEIL À LA LECTURE

Il s'agit d'ateliers offerts aux parents et à leurs enfants afin de valoriser la lecture et l'écriture. Les tout-petits



## PROJET

# GCL

Consultation en import-export  
et distribution

## NOTRE MANDAT

- Concevoir une bannière déroulante à afficher lors d'une convention.
- Concevoir un diaporama de présentation de l'entreprise.

## INTENTIONS DU CLIENT

- Un support percutant, en ligne avec l'image de marque (charte graphique existante).
- Une information claire et hiérarchisée pour les visiteurs de la convention.









**GCL**  
Conseil logistique

CABINET-CONSEIL &  
CONSULTANTS EN LOGISTIQUE



### QUI SOMMES-NOUS?

CABINET-CONSEIL  
& CONSULTANTS EN LOGISTIQUE

À votre service  
Une équipe de consultants en logistique dédiée à  
l'optimisation de vos opérations et l'augmentation de  
votre productivité.

DÉCOUVRIR GCL

### NOTRE MISSION

Accompagner les entreprises en croissance  
dans leurs enjeux logistiques.

Nous améliorons vos performances  
logistiques un projet à la fois!

NOS VALEURS


**Curiosité** Une véritable réflexion derrière nos solutions


**Intelligence collective** Une vraie collaboration d'équipe

**Engagement** Plus de 35 ans de savoir-faire!

### 6 EXPERTISES

Ensemble, améliorons vos performances  
logistiques, un projet à la fois!



 <p><b>Chaîne d'approvisionnement</b> Pour mesurer l'efficacité de vos opérations</p>	 <p><b>Réseau de Distribution et Transport</b> Pour évaluer la configuration stratégique de votre réseau</p>	 <p><b>Entrepôt et Centre de Distribution</b> Pour l'aménagement, l'automatisation et l'amélioration continue des pratiques au sein de votre centre de distribution</p>
 <p><b>Systèmes d'information</b> Pour la mise en place de systèmes qui supportent adéquatement votre croissance</p>	 <p><b>Formation et coaching</b> Pour être au devant des meilleures pratiques et former vos équipes</p>	 <p><b>Gestion intérimaire</b> Pour vous procurer les ressources nécessaires à la réalisation d'un projet spécifique</p>



### GCL EN QUELQUES CHIFFRES

Au fil des années, GCL n'a cessé de se développer et de perfectionner son offre grâce à de nombreux projets accomplis.

<p><b>3000</b> projets réalisés</p> <p>Dans différentes industries : de la distribution au e-commerce, en passant par les services publics et les prestataires logistiques.</p>	<p><b>35</b> années d'expérience</p> <p>En 1985, GCL est fondé par Albert Goodhue. Depuis, l'entreprise s'est agrandie et a diversifié son offre au fur et à mesure des projets menés.</p>	<p><b>5</b> pays dans lesquels nous sommes présent</p> <p>Canada, Maroc, France, Brésil, États-Unis GCL agit dans 5 villes : Montréal, Miami, Paris, Casablanca et São Paulo.</p>
---	--	---

### NOTRE PRÉSENCE MONDIALE



**Groupe GCL Canada**  
1001 rue Lenoir suite: A412-A  
Montréal, Québec  
Canada H4C 2Z6  
USA 3323  
T.: +1 514-733-3000

**Groupe GCL USA**  
3215 SW 22nd Street  
Pembroke Park, FL  
USA 33023  
T.: 954-305-3855

**Groupe GCL France**  
46 Avenue Alexandre Ribot  
95130 Le Plessis Bouchard  
France  
T.: +33 6 29 78 26 77

**Groupe GCL Maroc**  
12 impasse Ibrahim Nakhal  
Casablanca  
Maroc  
T: +212 (0) 5 22 23 08 10

**Groupe GCL Brésil**  
Alameda Campinas, 403-15°  
andar  
São Paulo SP  
01404-902  
Brésil  
T.: +55 (11) 51 84 17 10

### TÉMOIGNAGES

<p><b>GROUPE MARCELLE</b> COMMERCE - LOGISTIQUE</p> <p>« Très satisfait du travail effectué par le groupe GCL. L'équipe en place a su proposer des solutions innovantes pour rencontrer les besoins de notre entrepôt. Le mandat a été finalisé dans les temps donnés et les recommandations de l'équipe - pragmatiques et réalisables - ont été mise en place avec succès. »</p> <p><b>Philippe Proulx</b> Directeur Principal Transformation organisationnelle</p>	<p><b>IPL</b></p> <p>« GCL nous a permis de mettre en place des processus logistiques qui nous ont permis de faire avancer l'organisation par rapport aux meilleures pratiques utilisées. Tout au long du projet nous avons eu un excellent support de l'équipe Supply Chain de GCL. »</p> <p><b>Marcel Riou</b> VP Opérations logistiques - IPL</p>	<p><b>Québec</b></p> <p>« GCL a su réaliser avec brio un mandat important durant un contexte difficile. Par leur expertise et professionnalisme, ils nous ont aidés à mettre en place des solutions concrètes, afin d'améliorer nos aménagements et processus de travail. Cette équipe est autant sympathique qu'efficace! Nous avons beaucoup apprécié leur collaboration. »</p> <p><b>Guillaume Ferland</b> Chef de service de l'Entreposage et de la Distribution CISSMO</p>	<p><b>pharma science</b></p> <p>« Ce fut un plaisir de collaborer avec l'équipe de GCL, qui nous a proposés de nombreuses opportunités d'amélioration bien alignées avec nos besoins. Le support offert, ainsi que l'analyse poussée et les recommandations mises de l'avant, a grandement facilité l'évaluation de nos opérations. »</p> <p><b>Janic Alarie</b> Chef principal, service à la clientèle &amp; distribution Pharmascience</p>
--	--	---	--



PROJET

# MUSHUP

Producteur de café biologique

## NOTRE MANDAT

- Créer un document comparatif des bienfaits associés aux gammes de café Mushup.

## INTENTIONS DU CLIENT

- Un document clair et compréhensible.



### MushUp

MushUp c'est du café de spécialité qui uni les bienfaits des champignons MÉDICINAUX à l'énergie du café, SANS les inconvénients de la caféine, ni le goût du champignon !

Profitez des vertus des champignons sur la santé sans les méfaits de la caféine

\*

**zéro palpitation**

**zéro tremblement**

**zéro anxiété**

\*



@mushUp\_coffee

mushup.coffee

mushup.ca

## POURQUOI CHOISIR MUSHUP ?



Canne durable **réutilisable**  
Sac de recharge 99% **compostable**



Grains **biologiques**, issus du commerce équitable et cueillis à la mains



Champignons produits et récoltés au **Québec**



**Énergie** constante tout au long de la journée



Votre dose quotidienne de **bienfaits corporels**



Un café au **goût** riche et à la **qualité** supérieure

## DÉCOUVREZ SES MULTIPLES BIENFAITS SUR VOTRE SANTÉ ET FAITES PARTIE DE L'AVENTURE MUSHUP



### VITAL

**DÉTOXIFIANT**

Renforce le système immunitaire, tonifie et détoxifie

**GRAINS**

Grains de café de torréfaction à l'italienne mi-noir

**SAVEURS**

Agrumes, Harmonieux, Boisé

**CHAMPIS**

Reishi, Chaga, Coriolus



### SPARK

**STIMULANT COGNITIF**

Concentration, créativité, productivité et mémoire

**GRAINS**

Grains de café de torréfaction à l'italienne mi-brun

**SAVEURS**

Élégant, Floral, Cacaoté

**CHAMPIS**

Reishi, Lion's mane



### VIGOR

**MIEUX-ÊTRE PHYSIQUE**

Performance, force et endurance

**GRAINS**

Grains de café de 3ème vague, torréfaction brun

**SAVEURS**

Robuste, Petits fruits, Éclatant

**CHAMPIS**

Reishi, Cordyceps



## PROJET

# MULTILANGUES

Formations en ligne

## NOTRE MANDAT

- Créer un document de présentation du programme d'apprentissage de langues.
- Personnaliser le visuel pour chacune des langues du catalogue.

## INTENTIONS DU CLIENT

- Un document clair et compréhensible.

**ALLEMAND NIVEAU AVANCÉ (C1)**

**FORMATION SUR MESURE**

Le pourcentage de langue générale et de langue des affaires est déterminé en début de formation en fonction des besoins réels de l'apprenant.

**NOTRE EXPÉRIENCE À VOTRE SERVICE**

Nos formateurs de langue maternelle et qualifiés dispensent des cours linguistiques et culturels à l'aide de matériel personnalisé adapté à votre niveau et à vos besoins.

- LANGUE GÉNÉRALE**  
Afin d'être à l'aise dans toutes les situations sociales (repas avec les clients, sorties avec de potentiels partenaires, visites culturelles). La prestation est déclinée selon vos objectifs, qu'il s'agisse de l'obtention de compétences de base ou de la préparation de situations particulières.
- LANGUE SPÉCIALISÉE**  
Ces cours sont adaptés à votre vie professionnelle. Ils sont axés autour de différentes activités, RH, finances, marketing, informatique, aéronautique, juridique... Ce type de formation permet au stagiaire de gérer des situations professionnelles réelles et ce, à l'aide d'un langage varié et authentique.

**LA FORMATION C1, POUR QUI ?**

Cette formation s'adresse aux professionnels qui souhaitent acquérir une véritable autonomie dans la pratique de la langue. Les capacités discursives développées au niveau précédent (B2) sont approfondies pour aboutir à une expression aisée et spontanée, presque sans effort.

**MAÎTRISER LES SUBTILITÉS DE LA LANGUE ET COMMUNIQUER AVEC TALENT**

- Identifier les éléments de langage qui permettent l'interaction entre les différents protagonistes, les cohérences entre la question posée et la réponse.
- Repérer les stratégies d'évitement, les tentatives de canalisation et de réorientation des uns et des autres.
- Étudier le champ lexical en rapport avec la thématique abordée et en déduire l'intention de l'orateur.
- Noter les variations de registre, la prosodie, les élisions ; prêter attention autant à la forme qu'au fond.
- Identifier les mots et tournures qui structurent et font progresser le récit.
- Comprendre un long discours même s'il n'est pas clairement structuré et que les articulations sont seulement implicites.
- Lire des articles spécialisés, des instructions techniques ou des textes littéraires longs et complexes et en apprécier les différences de style.

**ORGANISER SON DISCOURS ET TRAVAILLER LES TECHNIQUES DE L'ÉCRIT**

- Aborder un thème sous différents aspects : social, économique, historique, éthique, etc.).
- Mener un débat, répondre avec naturel et spontanéité à toutes questions en gardant la maîtrise de son sujet et de ses opinions.
- Lier en souplesse et avec habileté ses interventions à celles de ses interlocuteurs.
- Maintenir l'attention, à l'oral comme à l'écrit, avec une mise en relief des points clés que l'on traite.
- Maîtriser les différents procédés métaphoriques permettant d'éviter les répétitions.
- Présenter des descriptions claires et détaillées de sujets complexes, développer son analyse et transmettre des subtilités de sens.
- Utiliser des expressions idiomatiques et familières en étant parfaitement conscient de l'effet qu'elles produiront.
- Maîtriser le bon usage des temps en fonction de la structure de la phrase, du sens recherché, des verbes et expressions utilisés.

**ALLEMAND NIVEAU AVANCÉ (C1)**

**QUELS MOYENS PÉDAGOGIQUES ?**

Le formateur est libre de choisir sa méthode et ses outils de travail - jeux de rôle, lecture (documents professionnels, articles de presse, textes littéraires, etc.) documents sonores et vidéos - afin de les adapter aux besoins et au profil de l'apprenant.

**QUEL SUIVI ET QUEL ENCADREMENT ?**

Une évaluation Multilingues est faite en amont de la formation afin d'estimer le niveau de l'apprenant.

Elle servira de point de départ au formateur et permettra de vérifier les acquis tout au long de la formation. A la fin de chaque cours, un récapitulatif des notions vues est envoyé à l'apprenant.

**QUELS TESTS DE CERTIFICATION ?**

**LILATE**  
Certification LILATE : Live Language Test

**Certifications CLOE**  
Certification CLOE : Compétences Linguistiques Orales et Écrites.

**APPRENEZ UNE NOUVELLE LANGUE AVEC NOUS !**

**APPRENDRE**



## APPRENDRE UNE LANGUE, COMPRENDRE SA CULTURE

Fondée en 1990, Multilingues est un centre de formation en langues s'adressant principalement aux entreprises. Nos programmes d'études sont créés sur mesure pour répondre aux besoins et au niveau des apprenants. Tous les progrès des stagiaires sont soigneusement suivis.



## II. LES ENJEUX DE LA FORMATION LINGUISTIQUE POUR LE GROUPE ADP

Le Groupe ADP a vocation à continuer son développement, l'entreprise a déjà une emprise internationale et reste dans une dynamique de croissance avec notamment la mise en œuvre d'une stratégie d'optimisation, d'excellence et d'expansion.

La formation professionnelle et plus précisément linguistique constitue l'un des outils au service de la stratégie du Groupe et sert la performance de celui-ci.

Aussi l'évolution de la réglementation aéroportuaire (règlement SERA paragraphe 14015 a un impact sur les compétences linguistiques des salariés dans la mesure où il est question de monolingue et / ou de bilinguisme (français - anglais) lors des communications air-sol.

Le dispositif de formation devra s'articuler autour de 3 phases qui seront complémentaires :

- La progression linguistique
- Le développement des compétences
- Le maintien du niveau acquis

L'anglais constitue la langue la plus parlée mais dans le but d'accroître son développement et de s'adapter à ses clients, d'autres langues sont identifiées telles que l'Espagnol, l'Italien et dans une moindre mesure l'Allemand, le Portugais, le Japonais, le Russe, le Chinois et l'Arabe.



En raison des partenariats avec l'aéroport de Schiphol et le groupe aéroportuaire TAV, le Néerlandais et le Turc doivent également faire partie du catalogue des langues enseignées par l'organisme de formation choisi, ainsi que toute autre langue étrangère en fonction des projets de développement futurs du groupe.

En cela le Groupe ADP recherche avant tout un partenaire capable d'accompagner ses collaborateurs dans le développement de leurs compétences linguistiques nécessaires à son expansion.

## ATELIERS DE PERFECTIONNEMENT

**CHIFFRES ET STATISTIQUES**  
Apprentissage des techniques de présentation des nombres, des statistiques et des graphiques tout en gagnant en fluidité et en aisance.

**TÉLÉPHONE**  
Connaitre les codes de la conversation téléphonique et s'exprimer avec fluidité.

**ANIMER UNE RÉUNION**  
Savoir organiser, suivre, participer, piloter.

**LA CHINE ET SA DIVERSITÉ**  
Découvrir les multiples contrastes de la Chine.

**RICHESSE CULTURELLE AU PORTUGAL ET EN ESPAGNE**  
Prenez la mesure de la beauté et de la richesse de la culture ibérique.

**COMPRENDRE LES AUTRES**  
Gagnez en vision interculturelle, apprenez à mieux apprécier les particularités.

**ACCUEILLIR UN VISITEUR ÉTRANGER**  
Savoir décrire et expliquer l'environnement socio-professionnel de son entreprise et présenter ses collaborateurs à un étranger ou à un expatrié.

**NÉGOCIER**  
L'art et la manière de négocier, expliqués étape par étape.

**RÉUSSIR UN EXAMEN CERTIFIANT**  
Une bonne préparation pour un meilleur score !

**EUROPE DE L'EST**  
Parlez à la découverte d'un cadre européen moins familier.

**COMPRENDRE LES FRANÇAIS**  
Prenez plaisir à découvrir les particularités de la culture française.

**THÈMES SUR MESURE**  
La formation en langues est ajustée selon vos besoins particuliers.

## IMMERSION LINGUISTIQUE À L'ÉTRANGER

Formule personnalisée avec hébergement chez l'hôte. Cette formule est idéale pour progresser vite, comprendre plus facilement et acquérir davantage de fluidité. En face à face individuel avec un formateur, ce cours s'adresse aux niveaux A2 jusqu'à C2 et permet d'élargir un vocabulaire plus courant et familier.

- Comprendre la culture du pays
- Appliquer ses connaissances
- Possibilité de travailler un langage spécifique (finance, marketing, médical...)

## ÉVALUATION POUR PRÉ-RECRUTEMENT

Évaluation linguistique complète et indépendante afin de recruter un potentiel employé.

- ÉVALUATION DES 4 COMPÉTENCES LANGAGIÈRES :
- Compréhension et expression aussi bien orales qu'écrites
  - En face à face ou en individuel
  - Compte rendu téléphonique ou par courriel suite à l'évaluation orale
  - Compte rendu détaillé dans les 24h

## II. NOS VALEURS

Parce que nous pensons que les valeurs au sein d'une entreprise sont un levier de performances et une garantie de la qualité que nous devons à nos clients et que nous nous mobilisons pour les incarner au quotidien. Elles reflètent notre engagement et notre quête d'excellence :

- L'implication qui garantit votre satisfaction**
- La Multiculturalité parce que notre force ce sont nos collaborateurs**
- La Convivialité parce que le bien-être va de pair avec le bien faire**
- La Responsabilité parce que nous assumons que nos attentes deviennent les nôtres**
- Le Respect parce que c'est sur quoi se fonde notre engagement**
- La Confiance parce que c'est la base d'un partenariat durable**

## III. MULTILINGUES EN CHIFFRES

EFFECTIF GLOBAL ET RESSOURCES PÉDAGOGIQUES :

Effectif global	47
Commercial et administratif	4
Formateurs permanents	18
Formateurs vacataires	25
Ressources développement pédagogique	2



CHIFFRE D'AFFAIRE 2015, 2016, 2017

Exercice fiscal du 01/09/2014 au 31/08/2015	1 064 286 €
Exercice fiscal du 01/09/2015 au 31/08/2016	1 098 108 €
Exercice fiscal du 01/09/2016 au 31/08/2017	980 236 €

RÉPARTITION INTER ET INTRA ENTREPRISE ET DIGITAL :

Type de parcours en pourcentage des heures par année	2015	2016	2017	2018
Cours individuels en face à face	75	45	55	52
Cours collectifs en face à face	15	34	25	16
Cours individuels blended	4	7	13	25
Cours individuels par téléphone	5	12	5	7
Immersion	1	2	2	0
Total %	100	100	100	100



- TOP 10 DES FORMATIONS RÉALISÉES
- Anglais en cours individuels
  - Anglais en cours individuels + e-learning
  - Anglais en cours collectif + e-learning
  - Anglais en cours par téléphone
  - Anglais en cours par téléphone + e-learning
  - Français Langue Étrangère en cours individuels
  - Allemand en cours individuels
  - Espagnol en cours individuels
  - Japonais en cours individuels

## II. LES ÉTAPES QUI GARANTISSENT LA RÉUSSITE D'UN PARCOURS DE FORMATION :

- ÉVALUATION**
  - analyse fine des besoins
  - évaluation écrite et orale
  - entretien individuel poussé avec un responsable pédagogique
- PRÉCONISATION**
  - choix du programme et du dispositif adapté
  - intégration des contraintes organisationnelles disponibles
  - envoi du descriptif du module choisi
- MISE EN PLACE**
  - Des réception des disponibilités du collaborateur
  - agenda de formation selon le statut choisi
  - remise du matériel pédagogique
- FORMATION**
  - suivi pédagogique rigoureux pour la réussite de l'action
  - tests de progression pour valider les acquis
  - adaptation rapide toujours en adéquation avec les objectifs
- FIN DE PARCOURS**
  - évaluation de fin de parcours
  - rapport de progression pour évaluer la performance
  - questionnaire pour apprécier le taux de satisfaction



PROJET

# ONOA

Producteur de chocolat et de confiseries

## NOTRE MANDAT

Proposer plusieurs options pour la refonte de l'étiquette, et ce en conservant certains éléments visuels de l'étiquette d'origine.

## INTENTIONS DU CLIENT

- Créer une étiquette harmonieuse et bien structurée.
- Utiliser une palette de couleurs variées pour représenter les différents saveurs.
- Envisager des solutions graphiques permettant d'intégrer plusieurs espaces de texte.







**QNOA** Québec, Qc. G1H6Y8, Canada  
 (01)00627987894356  
 MEILLEUR AVANT / BEST BEFORE

**Ingrédients:** noisettes, sucre de canne\*, masse de cacao\*, vanille de madagascar\*, fleur de sel. (\*ingrédients biologiques)  
**Contient :** noisettes. Peut contenir du lait  
**Ingredients:** hazelnuts, cane sugar\*, cocoa mass\*, madagascar vanilla\*, fleur de sel. (\*organic ingredients)  
**Contains:** hazelnuts. May contain milk.

Conservé dans un endroit frais et sec.  
 Store in cool and dry place.

Noisettes  
**58%**  
Hazelnuts

Huile de palme  
**0%**  
Palm oil

Cacao d'origine  
**100%**  
Origin cocoa

QNOA

CRÈME À TARTINER  
**NOAZÈTE**  
 HAZELNUT CREAM

**CHOCOLAT NOIR  
 DARK CHOCOLATE**

Notes de noisettes intenses, cacao puissant mais sans amertume, fraîcheur vanille. Ensemble doux et onctueux.

Notes of intense hazelnuts, powerful cocoa but without bitterness, vanilla freshness. Soft and creamy whole.

**Valeur nutritive  
 Nutrition Facts**

pour 1 c. table (15 ml)  
 Per 1 TBS (15 ml)

	% valeur quotidienne*
	% Daily Value*
<b>Calories 80</b>	
<b>Lipides / Fat 6 g</b>	8 %
saturés / Saturated 1 g	
+ trans / Trans 0 g	5 %
<b>Glucides / Carbohydrate 7 g</b>	
Fibres / Fibre 1 g	4 %
Sucres / Sugars 5 g	5 %
<b>Protéines / Protein 1 g</b>	
<b>Cholestérol / Cholesterol 0 mg</b>	
<b>Sodium 10 mg</b>	1 %
<b>Potassium 0 mg</b>	0 %
<b>Calcium 10 mg</b>	1 %
<b>Fer / Iron 0,75 mg</b>	4 %

\*5% ou moins c'est peu, 15% ou plus c'est beaucoup  
 \*5% or less is a little, 15% or more is a lot







PROJET

# MARIE-YVONNE PAINT

Courtière immobilière du luxe

## NOTRE MANDAT

Créer un catalogue, des visuels publicitaires destinées à une impression dans des journaux, ainsi que des pamphlets promotionnels.

## INTENTIONS DU CLIENT

- Être visuellement consistant sur l'ensemble des communications.
- Proposer une esthétique élégante et haut de gamme.
- Faire rayonner Marie-Yvonne Paint afin de renforcer son image professionnelle de courtière immobilière du luxe.





A SELECTION OF OUR PRESTIGIOUS HOMES

ROYAL LEPAGE HERITAGE - REAL ESTATE AGENCY INDEPENDENTLY OWNED AND OPERATED / MARIE-YVONNE PAINT - CHARTERED REAL ESTATE BROKER  
 HALL OF FAME ROYAL LEPAGE CANADA NO 1 ROYAL LEPAGE CANADA, 2005 (INDV) NO 1 ROYAL LEPAGE QUÉBEC 2016, 2017, 2018, 2015, 2012, 2011, 2010, 2008, 2007, 2006, 2005, 2004, 2003, 2002, 2001

LUXURY REAL ESTATE HAS A NAME

# MARIE-YVONNE PAINT

TOP 1% CANADA 2022  
TOP 3 QUEBEC 2022

(FOR ROYAL LEPAGE)

A SELECTION OF OUR PRESTIGIOUS CONDOS

ROYAL LEPAGE HERITAGE - REAL ESTATE AGENCY INDEPENDENTLY OWNED AND OPERATED / MARIE-YVONNE PAINT - CHARTERED REAL ESTATE BROKER  
 HALL OF FAME ROYAL LEPAGE CANADA NO 1 ROYAL LEPAGE CANADA, 2005 (INDV) NO 1 ROYAL LEPAGE QUÉBEC 2016, 2017, 2018, 2015, 2012, 2011, 2010, 2008, 2007, 2006, 2005, 2004, 2003, 2002, 2001

A SELECTION OF OUR LUXURY PROPERTIES

<p><b>SOLD</b> Listed by Benjamin Gauthier</p> <p>AV. LANSDOWNE, WESTMOUNT</p>	<p><b>ACCEPTED OFFER</b></p> <p><b>\$1,895,000*</b> <small>*avec conditions   with conditions</small></p> <p>AV. ARGYLE, WESTMOUNT</p>	<p>LUXURIOUS TOWNHOUSE   OPEN FLOOR PLAN</p> <p><b>\$1,790,000</b></p> <p>AV. LANSDOWNE, WESTMOUNT</p>	<p>LUXURIOUS RESIDENCE   DOUBLE GARAGE</p> <p><b>\$2,995,000</b></p> <p>CÔTE-STE-ANTOINE, WESTMOUNT</p>
<p><b>LISTED &amp; SOLD</b></p> <p>"UM", PLATEAU-MONT-ROYAL</p>	<p><b>ACCEPTED OFFER</b></p> <p><b>\$3,250,000*</b> <small>*avec conditions   with conditions</small></p> <p>MAIN ROAD, HUDSON</p>	<p>SEMI-DETACHED HOME   LOVELY TERRACE</p> <p><b>\$1,795,000</b></p> <p>AV. MURRAY HILL, WESTMOUNT</p>	<p>SUMPTUOUS HOUSE SURROUNDED BY GREENERY</p> <p><b>\$4,995,000</b></p> <p>CRESCENT SUMMIT, WESTMOUNT</p>
<p><b>LISTED &amp; SOLD</b></p> <p>"LOFTS REDPATH", SOUTH WEST</p>	<p><b>ACCEPTED OFFER</b></p> <p><b>\$4,900,000*</b> <small>*avec conditions   with conditions</small></p> <p>"LE SOLANO", OLD PORT</p>	<p>BEAUTIFUL CORNER APARTMENT   MOUNTAIN VIEWS</p> <p><b>\$1,995,000</b></p> <p>AV. WESTMOUNT, WESTMOUNT</p>	<p>IMMENSE LIVING AREA   DOUBLE GARAGE</p> <p><b>\$7,495,000</b></p> <p>THE BOULEVARD, WESTMOUNT</p>

LUXURY REAL ESTATE HAS A NAME

# MARIE-YVONNE PAINT

MYPAIN.TCA - 514 933 5888 - f @ in

ROYAL LEPAGE HERITAGE - REAL ESTATE AGENCY INDEPENDENTLY OWNED AND OPERATED / MARIE-YVONNE PAINT - CHARTERED REAL ESTATE BROKER  
 HALL OF FAME ROYAL LEPAGE CANADA NO 1 ROYAL LEPAGE CANADA, 2005 (INDV) NO 1 ROYAL LEPAGE QUÉBEC 2016, 2017, 2018, 2015, 2012, 2011, 2010, 2008, 2007, 2006, 2005, 2004, 2003, 2002, 2001

LE SUMMUM DU LUXE | THE PINNACLE OF LUXURY

1111 AV. ATWATER  
WESTMOUNT

- PRESTATIONS | AMENITIES
- Lobby spectaculaire avec espace lounge à champagne
  - Salle d'exercice à la fine pointe de la technologie
  - Piscine intérieure sur le toit
  - Sky lounge avec terrasse sur deux niveaux
  - Suite pour invités
  - Conciergerie 24/7
  - Spectacular Lobby with Champagne Lounge
  - State of the art Fitness room
  - Indoor Rooftop pool
  - Sky lounge featuring a split-level terrace
  - Guest Suite
  - 24/7 Concierge

<p>#3201</p> <p><b>\$2,889,353+tx</b></p> <p>1911 pc/sq ft MLS: 26758380</p>	<p>#3203</p> <p><b>\$1,693,525+tx</b></p> <p>1170 pc/sq ft MLS: 18114447</p>	<p>#3502</p> <p><b>\$5,066,535+tx</b></p> <p>2600 pc/sq ft MLS: 27307302</p>
<p>#3503</p> <p><b>\$2,539,950+tx</b></p> <p>1407 pc/sq ft MLS: 11383289</p>	<p>#3602</p> <p><b>\$5,166,535+tx</b></p> <p>2600 pc/sq ft MLS: 19796729</p>	
<p>#3603</p> <p><b>\$2,633,500+tx</b></p> <p>1407 pc/sq ft MLS: 13010667</p>	<p>#PH-3702</p> <p><b>\$11,378,806+tx</b></p> <p>5573 pc/sq ft MLS: 9555963</p>	

ROYAL LEPAGE HERITAGE - AGENCE IMMOBILIÈRE - FRANCHISÉ INDÉPENDANT ET AUTONOME DE ROYAL LEPAGE  
 MARIE-YVONNE PAINT - COURTIER IMMOBILIER AGIRÉ HALL OF FAME ROYAL LEPAGE CANADA - NO 1 ROYAL LEPAGE CANADA, 2005 (INDV) NO 1 ROYAL LEPAGE QUÉBEC 2016, 2017, 2018, 2015, 2012, 2011, 2010, 2008, 2007, 2006, 2005, 2004, 2003, 2002, 2001  
 Si votre maison est déjà inscrite auprès d'un courtier, veuillez ne pas tenir compte de cette publicité. Si vous ne désirez pas recevoir cette publicité, veuillez en aviser votre bureau de poste.  
 Not intending to solicit properties already listed. If you do not wish to receive this publicity, please advise your local post office.



L'IMMOBILIER DE LUXE A UN NOM  
**MARIE-YVONNE PAINT**  
 MYPAIN.TCA - 514 933 5888 - f @ in



**LE SUMMUM DU LUXE | THE PINNACLE OF LUXURY**

**1111 AV. ATWATER**  
 WESTMOUNT



**PRESTATIONS | AMENITIES**

- Lobby spectaculaire avec espace lounge à champagne
- Salle d'exercice à la fine pointe de la technologie
- Piscine intérieure sur le toit
- Sky lounge avec terrasse sur deux niveaux
- Suite pour invités
- Concierge 24/7
- Spectacular Lobby with Champagne Lounge
- State of the art Fitness room
- Indoor Rooftop pool
- Sky lounge featuring a split-level terrace
- Guest Suite
- 24/7 Concierge

#3201 \$2,889,353+tx 1911 pc/sq ft MLS: 26758380	#3203 \$1,693,525+tx 1170 pc/sq ft MLS: 18114447	#3502 \$5,066,535+tx 2600 pc/sq ft MLS: 27307302
#3503 \$2,539,950+tx 1407 pc/sq ft MLS: 11383289	#3602 \$5,166,535+tx 2600 pc/sq ft MLS: 19798729	
#3603 \$2,633,500+tx 1407 pc/sq ft MLS: 13010667	#PH-3702 \$11,378,806+tx 5573 pc/sq ft MLS: 9555963	

ROYAL LEPAGE HERITAGE - AGENCE IMMOBILIERE - FRANCHISE INDÉPENDANT ET AUTONOME DE ROYAL LEPAGE  
 MARIE-YVONNE PAINT - COURTIER IMMOBILIER ADHÉRE HALL OF FAME ROYAL LEPAGE CANADA - NO 1 ROYAL LEPAGE CANADA, 2005 (INDIV.) NO 1 ROYAL LEPAGE  
 QUÉBEC 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023, 2024, 2025, 2026, 2027, 2028, 2029, 2030, 2031, 2032, 2033, 2034, 2035, 2036, 2037, 2038, 2039, 2040, 2041, 2042, 2043, 2044, 2045, 2046, 2047, 2048, 2049, 2050, 2051, 2052, 2053, 2054, 2055, 2056, 2057, 2058, 2059, 2060, 2061, 2062, 2063, 2064, 2065, 2066, 2067, 2068, 2069, 2070, 2071, 2072, 2073, 2074, 2075, 2076, 2077, 2078, 2079, 2080, 2081, 2082, 2083, 2084, 2085, 2086, 2087, 2088, 2089, 2090, 2091, 2092, 2093, 2094, 2095, 2096, 2097, 2098, 2099, 2100, 2101, 2102, 2103, 2104, 2105, 2106, 2107, 2108, 2109, 2110, 2111, 2112, 2113, 2114, 2115, 2116, 2117, 2118, 2119, 2120, 2121, 2122, 2123, 2124, 2125, 2126, 2127, 2128, 2129, 2130, 2131, 2132, 2133, 2134, 2135, 2136, 2137, 2138, 2139, 2140, 2141, 2142, 2143, 2144, 2145, 2146, 2147, 2148, 2149, 2150, 2151, 2152, 2153, 2154, 2155, 2156, 2157, 2158, 2159, 2160, 2161, 2162, 2163, 2164, 2165, 2166, 2167, 2168, 2169, 2170, 2171, 2172, 2173, 2174, 2175, 2176, 2177, 2178, 2179, 2180, 2181, 2182, 2183, 2184, 2185, 2186, 2187, 2188, 2189, 2190, 2191, 2192, 2193, 2194, 2195, 2196, 2197, 2198, 2199, 2200, 2201, 2202, 2203, 2204, 2205, 2206, 2207, 2208, 2209, 2210, 2211, 2212, 2213, 2214, 2215, 2216, 2217, 2218, 2219, 2220, 2221, 2222, 2223, 2224, 2225, 2226, 2227, 2228, 2229, 2230, 2231, 2232, 2233, 2234, 2235, 2236, 2237, 2238, 2239, 2240, 2241, 2242, 2243, 2244, 2245, 2246, 2247, 2248, 2249, 2250, 2251, 2252, 2253, 2254, 2255, 2256, 2257, 2258, 2259, 2260, 2261, 2262, 2263, 2264, 2265, 2266, 2267, 2268, 2269, 2270, 2271, 2272, 2273, 2274, 2275, 2276, 2277, 2278, 2279, 2280, 2281, 2282, 2283, 2284, 2285, 2286, 2287, 2288, 2289, 2290, 2291, 2292, 2293, 2294, 2295, 2296, 2297, 2298, 2299, 2300, 2301, 2302, 2303, 2304, 2305, 2306, 2307, 2308, 2309, 2310, 2311, 2312, 2313, 2314, 2315, 2316, 2317, 2318, 2319, 2320, 2321, 2322, 2323, 2324, 2325, 2326, 2327, 2328, 2329, 2330, 2331, 2332, 2333, 2334, 2335, 2336, 2337, 2338, 2339, 2340, 2341, 2342, 2343, 2344, 2345, 2346, 2347, 2348, 2349, 2350, 2351, 2352, 2353, 2354, 2355, 2356, 2357, 2358, 2359, 2360, 2361, 2362, 2363, 2364, 2365, 2366, 2367, 2368, 2369, 2370, 2371, 2372, 2373, 2374, 2375, 2376, 2377, 2378, 2379, 2380, 2381, 2382, 2383, 2384, 2385, 2386, 2387, 2388, 2389, 2390, 2391, 2392, 2393, 2394, 2395, 2396, 2397, 2398, 2399, 2400, 2401, 2402, 2403, 2404, 2405, 2406, 2407, 2408, 2409, 2410, 2411, 2412, 2413, 2414, 2415, 2416, 2417, 2418, 2419, 2420, 2421, 2422, 2423, 2424, 2425, 2426, 2427, 2428, 2429, 2430, 2431, 2432, 2433, 2434, 2435, 2436, 2437, 2438, 2439, 2440, 2441, 2442, 2443, 2444, 2445, 2446, 2447, 2448, 2449, 2450, 2451, 2452, 2453, 2454, 2455, 2456, 2457, 2458, 2459, 2460, 2461, 2462, 2463, 2464, 2465, 2466, 2467, 2468, 2469, 2470, 2471, 2472, 2473, 2474, 2475, 2476, 2477, 2478, 2479, 2480, 2481, 2482, 2483, 2484, 2485, 2486, 2487, 2488, 2489, 2490, 2491, 2492, 2493, 2494, 2495, 2496, 2497, 2498, 2499, 2500, 2501, 2502, 2503, 2504, 2505, 2506, 2507, 2508, 2509, 2510, 2511, 2512, 2513, 2514, 2515, 2516, 2517, 2518, 2519, 2520, 2521, 2522, 2523, 2524, 2525, 2526, 2527, 2528, 2529, 2530, 2531, 2532, 2533, 2534, 2535, 2536, 2537, 2538, 2539, 2540, 2541, 2542, 2543, 2544, 2545, 2546, 2547, 2548, 2549, 2550, 2551, 2552, 2553, 2554, 2555, 2556, 2557, 2558, 2559, 2560, 2561, 2562, 2563, 2564, 2565, 2566, 2567, 2568, 2569, 2570, 2571, 2572, 2573, 2574, 2575, 2576, 2577, 2578, 2579, 2580, 2581, 2582, 2583, 2584, 2585, 2586, 2587, 2588, 2589, 2590, 2591, 2592, 2593, 2594, 2595, 2596, 2597, 2598, 2599, 2600, 2601, 2602, 2603, 2604, 2605, 2606, 2607, 2608, 2609, 2610, 2611, 2612, 2613, 2614, 2615, 2616, 2617, 2618, 2619, 2620, 2621, 2622, 2623, 2624, 2625, 2626, 2627, 2628, 2629, 2630, 2631, 2632, 2633, 2634, 2635, 2636, 2637, 2638, 2639, 2640, 2641, 2642, 2643, 2644, 2645, 2646, 2647, 2648, 2649, 2650, 2651, 2652, 2653, 2654, 2655, 2656, 2657, 2658, 2659, 2660, 2661, 2662, 2663, 2664, 2665, 2666, 2667, 2668, 2669, 2670, 2671, 2672, 2673, 2674, 2675, 2676, 2677, 2678, 2679, 2680, 2681, 2682, 2683, 2684, 2685, 2686, 2687, 2688, 2689, 2690, 2691, 2692, 2693, 2694, 2695, 2696, 2697, 2698, 2699, 2700, 2701, 2702, 2703, 2704, 2705, 2706, 2707, 2708, 2709, 2710, 2711, 2712, 2713, 2714, 2715, 2716, 2717, 2718, 2719, 2720, 2721, 2722, 2723, 2724, 2725, 2726, 2727, 2728, 2729, 2730, 2731, 2732, 2733, 2734, 2735, 2736, 2737, 2738, 2739, 2740, 2741, 2742, 2743, 2744, 2745, 2746, 2747, 2748, 2749, 2750, 2751, 2752, 2753, 2754, 2755, 2756, 2757, 2758, 2759, 2760, 2761, 2762, 2763, 2764, 2765, 2766, 2767, 2768, 2769, 2770, 2771, 2772, 2773, 2774, 2775, 2776, 2777, 2778, 2779, 2780, 2781, 2782, 2783, 2784, 2785, 2786, 2787, 2788, 2789, 2790, 2791, 2792, 2793, 2794, 2795, 2796, 2797, 2798, 2799, 2800, 2801, 2802, 2803, 2804, 2805, 2806, 2807, 2808, 2809, 2810, 2811, 2812, 2813, 2814, 2815, 2816, 2817, 2818, 2819, 2820, 2821, 2822, 2823, 2824, 2825, 2826, 2827, 2828, 2829, 2830, 2831, 2832, 2833, 2834, 2835, 2836, 2837, 2838, 2839, 2840, 2841, 2842, 2843, 2844, 2845, 2846, 2847, 2848, 2849, 2850, 2851, 2852, 2853, 2854, 2855, 2856, 2857, 2858, 2859, 2860, 2861, 2862, 2863, 2864, 2865, 2866, 2867, 2868, 2869, 2870, 2871, 2872, 2873, 2874, 2875, 2876, 2877, 2878, 2879, 2880, 2881, 2882, 2883, 2884, 2885, 2886, 2887, 2888, 2889, 2890, 2891, 2892, 2893, 2894, 2895, 2896, 2897, 2898, 2899, 2900, 2901, 2902, 2903, 2904, 2905, 2906, 2907, 2908, 2909, 2910, 2911, 2912, 2913, 2914, 2915, 2916, 2917, 2918, 2919, 2920, 2921, 2922, 2923, 2924, 2925, 2926, 2927, 2928, 2929, 2930, 2931, 2932, 2933, 2934, 2935, 2936, 2937, 2938, 2939, 2940, 2941, 2942, 2943, 2944, 2945, 2946, 2947, 2948, 2949, 2950, 2951, 2952, 2953, 2954, 2955, 2956, 2957, 2958, 2959, 2960, 2961, 2962, 2963, 2964, 2965, 2966, 2967, 2968, 2969, 2970, 2971, 2972, 2973, 2974, 2975, 2976, 2977, 2978, 2979, 2980, 2981, 2982, 2983, 2984, 2985, 2986, 2987, 2988, 2989, 2990, 2991, 2992, 2993, 2994, 2995, 2996, 2997, 2998, 2999, 3000, 3001, 3002, 3003, 3004, 3005, 3006, 3007, 3008, 3009, 3010, 3011, 3012, 3013, 3014, 3015, 3016, 3017, 3018, 3019, 3020, 3021, 3022, 3023, 3024, 3025, 3026, 3027, 3028, 3029, 3030, 3031, 3032, 3033, 3034, 3035, 3036, 3037, 3038, 3039, 3040, 3041, 3042, 3043, 3044, 3045, 3046, 3047, 3048, 3049, 3050, 3051, 3052, 3053, 3054, 3055, 3056, 3057, 3058, 3059, 3060, 3061, 3062, 3063, 3064, 3065, 3066, 3067, 3068, 3069, 3070, 3071, 3072, 3073, 3074, 3075, 3076, 3077, 3078, 3079, 3080, 3081, 3082, 3083, 3084, 3085, 3086, 3087, 3088, 3089, 3090, 3091, 3092, 3093, 3094, 3095, 3096, 3097, 3098, 3099, 3100, 3101, 3102, 3103, 3104, 3105, 3106, 3107, 3108, 3109, 3110, 3111, 3112, 3113, 3114, 3115, 3116, 3117, 3118, 3119, 3120, 3121, 3122, 3123, 3124, 3125, 3126, 3127, 3128, 3129, 3130, 3131, 3132, 3133, 3134, 3135, 3136, 3137, 3138, 3139, 3140, 3141, 3142, 3143, 3144, 3145, 3146, 3147, 3148, 3149, 3150, 3151, 3152, 3153, 3154, 3155, 3156, 3157, 3158, 3159, 3160, 3161, 3162, 3163, 3164, 3165, 3166, 3167, 3168, 3169, 3170, 3171, 3172, 3173, 3174, 3175, 3176, 3177, 3178, 3179, 3180, 3181, 3182, 3183, 3184, 3185, 3186, 3187, 3188, 3189, 3190, 3191, 3192, 3193, 3194, 3195, 3196, 3197, 3198, 3199, 3200, 3201, 3202, 3203, 3204, 3205, 3206, 3207, 3208, 3209, 3210, 3211, 3212, 3213, 3214, 3215, 3216, 3217, 3218, 3219, 3220, 3221, 3222, 3223, 3224, 3225, 3226, 3227, 3228, 3229, 3230, 3231, 3232, 3233, 3234, 3235, 3236, 3237, 3238, 3239, 3240, 3241, 3242, 3243, 3244, 3245, 3246, 3247, 3248, 3249, 3250, 3251, 3252, 3253, 3254, 3255, 3256, 3257, 3258, 3259, 3260, 3261, 3262, 3263, 3264, 3265, 3266, 3267, 3268, 3269, 3270, 3271, 3272, 3273, 3274, 3275, 3276, 3277, 3278, 3279, 3280, 3281, 3282, 3283, 3284, 3285, 3286, 3287, 3288, 3289, 3290, 3291, 3292, 3293, 3294, 3295, 3296, 3297, 3298, 3299, 3300, 3301, 3302, 3303, 3304, 3305, 3306, 3307, 3308, 3309, 3310, 3311, 3312, 3313, 3314, 3315, 3316, 3317, 3318, 3319, 3320, 3321, 3322, 3323, 3324, 3325, 3326, 3327, 3328, 3329, 3330, 3331, 3332, 3333, 3334, 3335, 3336, 3337, 3338, 3339, 3340, 3341, 3342, 3343, 3344, 3345, 3346, 3347, 3348, 3349, 3350, 3351, 3352, 3353, 3354, 3355, 3356, 3357, 3358, 3359, 3360, 3361, 3362, 3363, 3364, 3365, 3366, 3367, 3368, 3369, 3370, 3371, 3372, 3373, 3374, 3375, 3376, 3377, 3378, 3379, 3380, 3381, 3382, 3383, 3384, 3385, 3386, 3387, 3388, 3389, 3390, 3391, 3392, 3393, 3394, 3395, 3396, 3397, 3398, 3399, 3400, 3401, 3402, 3403, 3404, 3405, 3406, 3407, 3408, 3409, 3410, 3411, 3412, 3413, 3414, 3415, 3416, 3417, 3418, 3419, 3420, 3421, 3422, 3423, 3424, 3425, 3426, 3427, 3428, 3429, 3430, 3431, 3432, 3433, 3434, 3435, 3436, 3437, 3438, 3439, 3440, 3441, 3442, 3443, 3444, 3445, 3446, 3447, 3448, 3449, 3450, 3451, 3452, 3453, 3454, 3455, 3456, 3457, 3458, 3459, 3460, 3461, 3462, 3463, 3464, 3465, 3466, 3467, 3468, 3469, 3470, 3471, 3472, 3473, 3474, 3475, 3476, 3477, 3478, 3479, 3480, 3481, 3482, 3483, 3484, 3485, 3486, 3487, 3488, 3489, 3490, 3491, 3492, 3493, 3494, 3495, 3496, 3497, 3498, 3499, 3500, 3501, 3502, 3503, 3504, 3505, 3506, 3507, 3508, 3509, 3510, 3511, 3512, 3513, 3514, 3515, 3516, 3517, 3518, 3519, 3520, 3521, 3522, 3523, 3524, 3525, 3526, 3527, 3528, 3529, 3530, 3531, 3532, 3533, 3534, 3535, 3536, 3537, 3538, 3539, 3540, 3541, 3542, 3543, 3544, 3545, 3546, 3547, 3548, 3549, 3550, 3551, 3552, 3553, 3554, 3555, 3556, 3557, 3558, 3559, 3560, 3561, 3562, 3563, 3564, 3565, 3566, 3567, 3568, 3569, 3570, 3571, 3572, 3573, 3574, 3575, 3576, 3577, 3578, 3579, 3580, 3581, 3582, 3583, 3584, 3585, 3586, 3587, 3588, 3589, 3590, 3591, 3592, 3593, 3594, 3595, 3596, 3597, 3598, 3599, 3600, 3601, 3602, 3603, 3604, 3605, 3606, 3607, 3608, 3609, 3610, 3611, 3612, 3613, 3614, 3615, 3616, 3617, 3618, 3619, 3620, 3621, 3622, 3623, 3624, 3625, 3626, 3627, 3628, 3629, 3630, 3631, 3632, 3633, 3634, 3635, 3636, 3637, 3638, 3639, 3640, 3641, 3642, 3643, 3644, 3645, 3646, 3647, 3648, 3649, 3650, 3651, 3652, 3653, 3654, 3655, 3656, 3657, 3658, 3659, 3660, 3661, 3662, 3663, 3664, 3665, 3666, 3667, 3668, 3669, 3670, 3671, 3672, 3673, 3674, 3675, 3676, 3677, 3678, 3679, 3680, 3681, 3682, 3683, 3684, 3685, 3686, 3687, 3688, 3689, 3690, 3691, 3692, 3693, 3694, 3695, 3696, 3697, 3698, 3699, 3700, 3701, 3702, 3703, 3704, 3705, 3706, 3707, 3708, 3709, 3710, 3711, 3712, 3713, 3714, 3715, 3716, 3717, 3718, 3719, 3720, 3721, 3722, 3723, 3724, 3725, 3726, 3727, 3728, 3729, 3730, 3731, 3732, 3733, 3734, 3735, 3736, 3737, 3738, 3739, 3740, 3741, 3742, 3743, 3744, 3745, 3746, 3747, 3748, 3749, 3750, 3751, 3752, 3753, 3754, 3755, 3756, 3757, 3758, 3759, 3760, 3761, 3762, 3763, 3764, 3765, 3766, 3767, 3768, 3769, 3770, 3771, 3772, 3773, 3774, 3775, 3776, 3777, 3778, 3779, 3780, 3781, 3782, 3783, 3784, 3785, 3786, 3787, 3788, 3789, 3790, 3791, 3792, 3793, 3794, 3795, 3796, 3797, 3798, 3799, 3800, 3801, 3802, 3803, 3804, 3805, 3806, 3807, 3808, 3809, 3810, 3811, 3812, 3813, 3814, 3815, 3816, 3817, 3818, 3819, 3820, 3821, 3822, 3823, 3824, 3825, 3826, 3827, 3828, 3829, 3830, 3831, 3832, 3833, 3834, 3835, 3836, 3837, 3838, 3839, 3840, 3841, 3842, 3843, 3844, 3845, 3846, 3847, 3848, 3849, 3850, 3851, 3852, 3853, 3854, 3855, 3856, 3857, 3858, 3859, 3860, 3861, 3862, 3863, 3864, 3865, 3866, 3867, 3868, 3869, 3870, 3871, 3872, 3873, 3874, 3875, 3876, 3877, 3878, 3879, 3880, 3881, 3882, 3883, 3884, 3885, 3886, 3887, 3888, 3889



PROJET

# MASSON LTD

Distributeur de produits professionnels de beauté et de soins de la peau

## NOTRE MANDAT

Conception et création de cartes d'affaires, et d'une brochure promotionnelle destinée à l'équipe de vente.

## INTENTIONS DU CLIENT

- Organisation claire et esthétique des produits offerts.
- Mise en valeur de chacune des marques distribuées.
- Maintien de l'identité de la marque tout au long du document, tout en conservant respectant l'identité de chacune des marque distribuées.







Spécialiste de beauté  
& soins de la peau  
depuis 1957

Skin care & beauty  
specialist since 1957

**Alexandre Masson**

Directeur Général | General Manager

- ☎ 450 741 7300
- ☎ 1 866 262 7766
- ✉ alexandre@massonltd.com
- 📍 805 rue Gaudette,  
St-Jean-sur-Richelieu QC, J3B 7S7

🌐 massonltd.com

Spécialiste de beauté  
& soins de la peau  
depuis 1957

Skin care & beauty  
specialist since 1957

**swiss line**  
BY DERMALAB

Skin care & beauty  
specialist since 1957

**Alexandre Masson**

General Manager

- ☎ 450 741 7300
- ☎ 1 866 262 7766
- ✉ alexandre@massonltd.com
- 📍 CrossDec USA, 148 A Bryce Blvd,  
Arrowhead Ind. Park, Georgia, VT US054
- 📍 805 rue Gaudette,  
St-Jean-sur-Richelieu QC, J3B 7S7

**JUVENA**  
OF SWITZERLAND

**MAVALA**  
SWITZERLAND

**swiss line**  
BY DERMALAB

🌐 massonltd.com



PROJET

# SERVICES GROUPE PUR INC.

Cabinet d'expertise comptable  
et financière

## NOTRE MANDAT

Conception et création de cartes d'affaires,  
d'une bannière déroulante ainsi que de  
documents de présentation de services  
et de recrutement.

## INTENTIONS DU CLIENT

- Mise en place des nouveaux éléments  
d'image de marque en assurant leur  
cohérence avec le site web conçu et  
développé par Nara.
- Promouvoir les services de manière claire  
et structurée.
- Diffusion des opportunités de recrutement  
et transmission des valeurs de l'entreprise.





# WHY JOIN SERVICES GROUPE PUR?



- To assist companies in their accounting and financial management.
- To be part of a consulting firm that values the well-being and professional development of its employees.
- To turn your client relationships into true partnerships.

## THE PUR BENEFITS

- COMPETITIVE SALARIES
- SICK LEAVE GROUP INSURANCE

- PAID STUDY DAYS, TRAINING REIMBURSEMENT, PROFESSIONAL DUES FEES COVERED
- TEAM BUILDING ACTIVITIES

## SERVICES GROUPE PUR IS...

### AN HUMAN AND COLLABORATIVE WORK ENVIRONMENT

- Work-life balance
- Fostering diversity and inclusion
- A 37.5-hour work week based on real hours
- Flexibility to work in a hybrid mode

### A GREAT COMPANY TO ADVANCE YOUR CAREER

- Support in obtaining your professional credentials
- A located study time for your success
- Available mentorship

### AN OPPORTUNITY TO BE IN A VARIETY OF PROJECTS

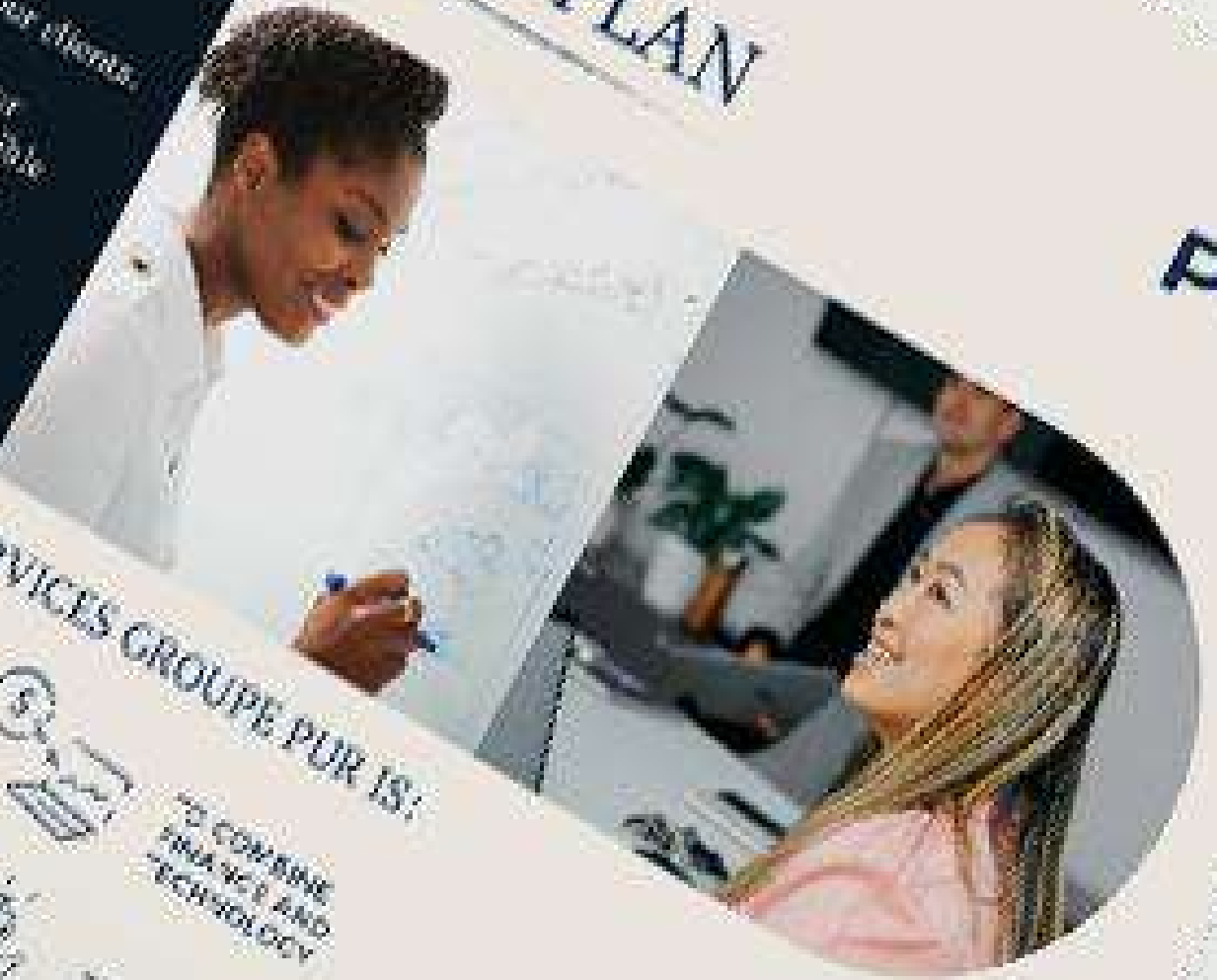
- Allowing you to explore the accounting and financial aspects of your profession in various sectors and industries.
- Following your professional interests and skills

CONTACT US NOW! [INFO@GROUPEPUR.CA](mailto:INFO@GROUPEPUR.CA)

# WE SUPPORT YOU IN YOUR STRATEGIC PLAN



- Our approach involves building strategic partnerships with our clients.
- We are focused on your success and offer a flexible and expert team to meet your needs, ensuring high-quality work and your satisfaction.



## TO COLLABORATE WITH SERVICES GROUPE PUR IS:

- TO GET ADAPTED COSTS AND A TURNKEY SOLUTION
- TO ACCESS TO A MULTITASKING SENIARY AND EXPERIENCED TEAM
- TO COVER FINANCIAL AND TECHNOLOGY
- TO COLLABORATE WITH A TRUSTABLE BUSINESS PARTNER
- TO ACCESS TO BEST PRACTICES
- TO ACCESS TO A PROFESSIONAL NETWORK

### TEMPORARY RESOURCE OUTSOURCING

Our professionals are available on a temporary basis to assist you in effectively achieving your accounting and financial objectives.

The SCP team brings experience from various industries and adapts seamlessly to our clients' accounting processes and financial systems.

### FINANCIAL TRANSFORMATIONS

Well-planned financial transformation will enhance your company's performance. Our business analysts and project managers will support you in optimization initiatives, enabling your finance department to enhance its efficiency, accuracy, and transparency using the latest technologies and industry best practices.

YOUR FINANCIAL SUCCESS IS OUR PRIORITY. MEET OUR ACCOUNTING EXPERTS AND DISCOVER OUR CUSTOM SOLUTIONS.

GROUPEPUR.CA  
[INFO@GROUPEPUR.CA](mailto:INFO@GROUPEPUR.CA)  
 1-888-787-1188



PROJET

# TALAN

Conseil en transformation et en innovation technologique

## NOTRE MANDAT

Conception et production de documents imprimés et numériques de type livre blanc.

## INTENTIONS DU CLIENT

- Présentation claire des différents concepts, illustrée sous forme de schémas ou de tableaux.
- Mise en page moderne favorisant une meilleure compréhension de l'information.
- Maintien de l'identité de la marque tout au long des documents, tout en conservant l'attention du lecteur.





# ing mance

for improvement in your operations, ensure their effectiveness by setting up **key performance indicators (KPIs)**.

## KPIs

These indicators, you can **quantify the processes and gain an overall view** of your business. These KPIs can take different forms to measure your specific objectives. For example, you can track the average order processing time, the production rate, the error rate in a process, or the average cost per

unit. By keeping a close eye on these indicators, you can identify **potential problems** such as human errors or attempted fraud. This vigilance allows you to react quickly to emerging problems and take corrective action to resolve them. Moreover, it facilitates the implementation of ongoing improvement within your

Business processes: Why and how to optimize them?

## Improving processes continuously

Ongoing improvement of processes enables you to **remain agile and adapt quickly to market developments** and the changing needs of your customers. To implement effective continuous improvement, **promoting a culture of learning and innovation** within your company is essential. Encourage your employees to share their ideas and suggestions for improvement, and make sure you value their contributions. Organize brainstorming sessions and workshops to discuss opportunities for improvement and to collaborate in the search for innovative solutions.

By integrating performance monitoring and ongoing improvement into your process reengineering approach, you create a virtuous cycle of optimization and innovation. You'll transform your company into an agile, responsive organization focused on operational excellence.

## 04. Adapting to new challenges

One of the main reasons why companies undertake process reengineering is because they want to create an **operational structure capable of adapting to change**. This includes the ability to pivot quickly in response to new market trends, technological innovations or changes in customer demand.

For example, a company that has optimized its production processes can **adjust its production capacity in line with fluctuations in demand**, thus avoiding overstocking or stockouts. Similarly, a company with agile product development processes in place can **design and bring to market new products faster**, thereby seizing market opportunities.

In times of uncertainty or crisis, process reengineering becomes even more crucial. Agile, well-prepared companies are better equipped to deal with unexpected events and challenges. A company that has automated its order management processes and optimized its warehouse management can, in fact, **easily switch to online sales channels** to maintain its activities in times of confinement or restrictions.

americas.talan.com

Business processes: Why and how to optimize them?

# 1 Why optimize your business processes?

## 01. Improving efficiency

### Eliminate tasks that don't provide value

Improving efficiency is the core philosophy of process reengineering. It's not just about being more productive, but **achieving more with less effort**, time and resources. The key to achieving this is to eliminate tasks that don't provide value, i.e. unnecessary steps, redundancies and non-productive activities.

### Eliminate waste

You can also improve your efficiency by minimizing waste on your production line, notably by reducing downtime, production errors and raw material requirements. You'll **save on production costs** and increase productivity.



americas.talan.com

## 07. Monitoring and assessing your performance

Setting up monitoring and assessment mechanisms is a key step in measuring the performance of your processes. Identify the key performance indicators relevant to your business, those that truly reflect the objectives you've set for yourself. By keeping a close eye on these indicators, you'll **gain a precise view of the efficiency of your operations and the success of your optimization process**. This rigorous monitoring enables you to quickly identify any discrepancies and make the necessary adjustments to keep your processes at an optimum level. Use this data to make informed decisions and define the next steps in your continuous improvement process.



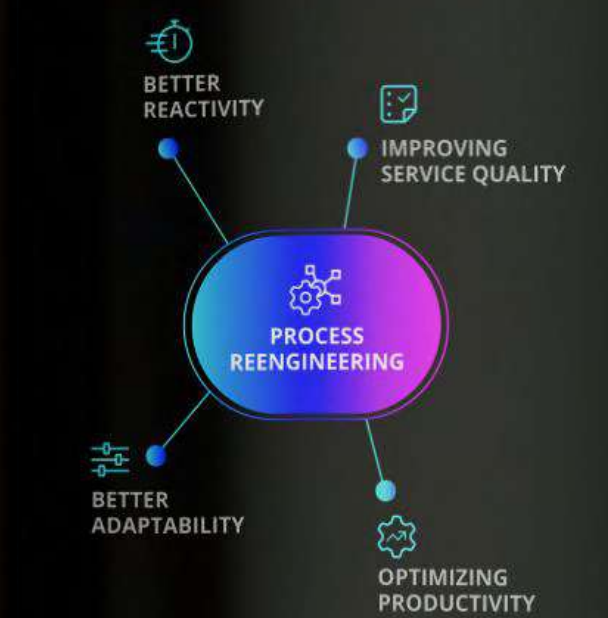
americas.talan.com

## 08. Committed employees

Process reengineering not only improves operations and customer satisfaction, it also has a positive impact on your employees. By valuing tasks, creating a climate of collaboration and fostering a culture of ongoing improvement, **optimizing your processes helps increase talent retention** within your organization.

By eliminating non-value-added tasks, it also frees up time and resources for more rewarding activities, thus fostering **employee commitment and satisfaction**.

Finally, process reengineering **encourages creativity and expertise**. By creating a climate of continuous improvement, every employee has the opportunity to contribute innovative ideas for optimizing existing processes, which reinforces their sense of belonging and contribution to the company's success. For example, if an employee suggests an improvement based on innovative technology, his suggestion not only strengthens the process, but also his involvement and commitment to the company.



Another competitive advantage resulting from process reengineering is the ability to **respond more quickly to customer needs**. Thanks to the fluid, agile execution of your processes, you can adapt your offers to changing market demands in record time. This responsiveness enables you to seize emerging opportunities, anticipate future needs and adapt quickly to changes in the competitive environment.

By developing a reputation for quality, reliability and responsiveness, your company stands out from the competition. **Customers are more likely to choose your company for its superior performance, its ability to respond quickly to their needs and its positive reputation.**

americas.talan.com

americas.talan.com



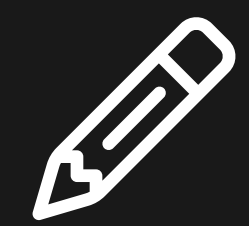
## CE N'EST PAS TOUT. SI VOUS CHERCHEZ :



un nom de marque qui vous distingue de la concurrence



à augmenter votre visibilité sur les moteurs de recherche



à alimenter vos plateformes en contenu original et référencé

PRENEZ CONTACT  
AVEC NOUS,  
**ON S'OCCUPE DE  
ÇA AUSSI !**

CONTACTEZ-NOUS



# TÉMOIGNAGES CLIENTS

66

Nous avons eu une très bonne expérience avec Nara Creative. Le service est professionnel et surtout on sent qu'ils mettent le client au centre du processus. Ils étaient à l'écoute de nos besoins et savaient y répondre avec rapidité et souplesse ! Merci encore !

99

## FONDATION DE LA VISITE

Association caritative accompagnant les familles

66

Avoir l'occasion de travailler avec Nara, c'est avoir la chance de découvrir une équipe forgée sur des valeurs humaines fortes, consciente de vos besoins et capable de travailler efficacement sur tous les sujets que vous pourriez amener. Je ne peux que chaudement recommander Nara Creative et ses collaborateurs. Merci à tous, encore, pour votre proactivité et votre gentillesse.

99

## GROUPE STUDI

Formations en ligne

66

Nara a joué un rôle déterminant dans notre stratégie numérique. Ils nous ont aidés à lancer un nouveau site web qui a eu un impact phénoménal sur notre présence sur le web. Ils nous ont également aidés dans nos campagnes publicitaires numériques et leurs suggestions en matière d'optimisation ont permis à notre entreprise d'obtenir des prospects de qualité, tout en augmentant notre portée sur le marché. C'est formidable de pouvoir disposer d'une seule agence pour couvrir l'ensemble de nos besoins.

99

## SIMPLEX LEGAL

Cabinet d'avocats

66

Quelques mots pour vous dire combien mon équipe et moi-même sommes très satisfaits de vos services. Votre compétence, disponibilité et intégrité sont, sans nul doute, des qualités qui vous distinguent des autres compagnies.

99

## MARIE-YVONNE PAINT

Courtière immobilière du luxe

66

C'est un réel plaisir de travailler avec Nara. L'équipe a été en mesure de respecter les délais ainsi que notre budget.

99

## MASSON LTD

Distributeur de produits professionnels de beauté et de soins de la peau



nara

# UNE QUESTION, UN PROJET OU MÊME UNE BLAGUE DE PAPA ?

Nous adorerions en discuter avec vous. Envoyez nous un message et commençons la conversation !

CONTACTEZ-NOUS

Retrouvez-nous sur les réseaux sociaux :

 @NaraCreativeMtl

 @nara\_creative

 nara-creative