

nara

DOCUMENT DE SUPPORT

SUPPORTS PHYSIQUES

In-House Training Center

Welcome to our In-House Training Center.

All Mission Ltd. believes 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 professional growth.

Our Training Center is a dedicated space where knowledge is shared, ideas are cultivated, and expertise is honed. It serves as a hub for comprehensive training programs, workshops, and seminars, offering unparalleled learning opportunities tailored to the specific needs of our employees.

Here, we provide a range of training modules covering various aspects of our industry, including technical skills, leadership development, communication, customer service, and more. These programs are carefully crafted by industry experts and delivered by experienced trainers who are passionate about nurturing talent and ensuring excellence.

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 thrive 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 cultivating a culture of learning, fostering innovation, and maintaining a competitive edge in the marketplace.

We are excited to embark on this learning journey together. Our In-House Training Center is here to support the professional growth and success of every team member, ensuring we reach new heights of success.

Our trainers: Experts in excellence

Samantha Hunter is a seasoned beauty industry 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, Neofutara, Jan Marini, and L'Oréal. However, her most profound connection lies with Dr. Haucka, whose she currently serves as a National Brand Trainer. The holistic approach and alignment with her personal lifestyle choices drew her to this brand.

Danielle Lepine is an esteemed expert in the beauty industry. Recognized for her passion and commitment to training and education, her professional background spans the pharmaceutical, aesthetic, and cosmetic fields. With 25 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 connection with her years of experience in face and body care. She is currently a National Brand Trainer for Mary Cole, a brand she particularly likes for its essential oils, aromatic plants and active ingredients found in its skincare range, but above all for their proven effectiveness, outside of Boston, MA.

Patricia 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 connection with her years of experience in face and body care. She is currently a National Brand Trainer for Mary Cole, a brand she particularly likes for its essential oils, aromatic 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. ARDYLE, WESTMOUNT \$1,790,000
 SEMI-DETACHED HOME (LOVELY TERRACE) AV. LANSDOWNE, WESTMOUNT \$1,795,000
 CÔTE-STE-ANTOINE, WESTMOUNT \$2,995,000
 LISTED & SOLD "UM", PLATEAU-MONT-ROYAL
 MAIN ROAD, HUDSON ACCEPTED OFFER \$3,250,000*
 AV. MURRAY HILL, WESTMOUNT BEAUTIFUL CORNER APARTMENT | MOUNTAIN VIEWS
 CRESCENT SUMMIT, WESTMOUNT IMMENSE LIVING AREA | DOUBLE GARAGE
 LISTED & SOLD "LOFTS REDPATH", SOUTH WEST
 "LE SOLANO", OLD PORT \$4,900,000*
 AV. WESTMOUNT, WESTMOUNT \$1,995,000
 THE BOULEVARD, WESTMOUNT \$7,495,000



Proquant Gourmand
 CUISINE DE SAISON
 LA BONNE BOUFFE DE CHEZ NOUS



Duverture Prochaine
 CUISINE DE SAISON
 LA BONNE BOUFFE DE CHEZ NOUS



NOAZÈTE
 CRÈME À TARTINER
NOAZÈTE
 HAZELNUT CREAM
 CHOCOLAT NOIR
 DARK CHOCOLATE



NOAZÈTE
 CRÈME À TARTINER
NOAZÈTE
 HAZELNUT CREAM
 CHOCOLAT NOIR - DARK CHOCOLATE

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

REPARTITION DE L'ACTIVITE DE FORMATION

REPARTITION PAR ACTIVITES ET PUBLICS :

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

TOP 10 DES FORMATIONS RÉALISÉES

- Anglais en cours individuels
- Anglais en cours individuels + 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

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 €

REPARTITION 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

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:**
 - 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 establish clear, actionable objectives.
 - Ensure goals align with your team's capabilities and the organization's strategic priorities.
- 3. Break Down Goals into Milestones:**
 - Divide larger goals into smaller, manageable tasks (sprints or sprints).
 - 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.

Implement Coaching Strategies

Five best practices:

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



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

NOTRE

Accompagner dans leurs en

Nous améliorons les processus logistiques u

MARIE-YVONNE PAINT

LI-MOBILIER DE LUXE A UN NOM

Transactions par Pro

Plus de 1000 nouvelles propriétés

SECTEURS PRÉFÉRÉS

WESTMOUNT
 HILLMARE
 BORDAUX-CARTIERVILLE
 HOCHÉLAGA-MAISONNEUVE

La situation générale

En 2023-2024, la Fondation de la Visite a accompagné 543 familles, comptant 1 177 enfants accompagnés auprès des familles qui ont bénéficié de plus de quatre contacts, soit 378 familles, comptant 722 enfants dont 376 nouveaux.

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

Le portrait des familles accompagnées par le programme De la Visite

DIVERS FACTEURS POUVANT CONCOURIR À LA MÉRITENCE

REPARTITION DES FAMILLES PAR SECTEUR

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



Vignoble montvinéa 2024
 Pinot noir

Vignoble montvinéa 2024

Why optimize your business processes?

01. Improving efficiency

04. Adapting to new challenges

08. Employee



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

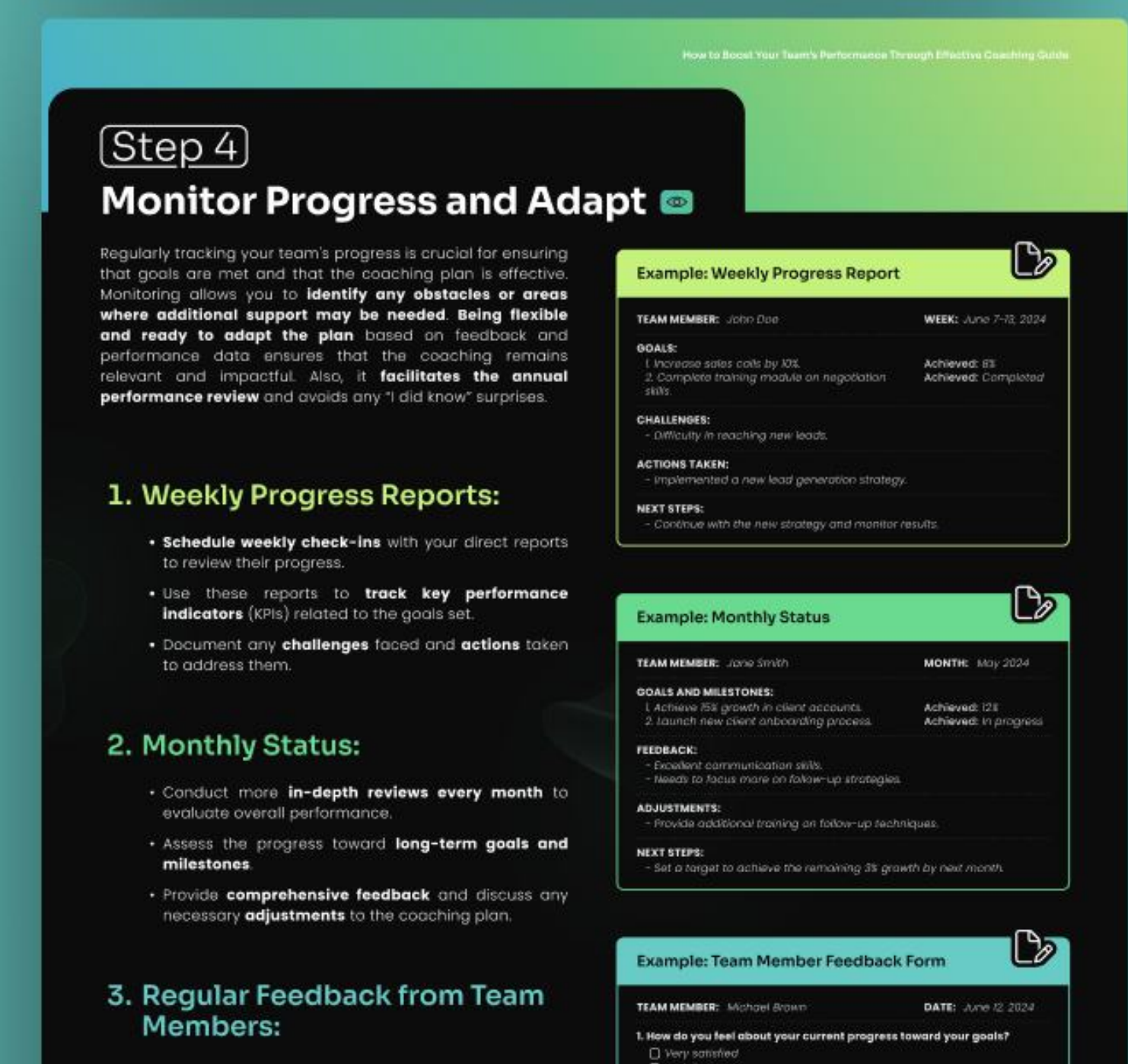
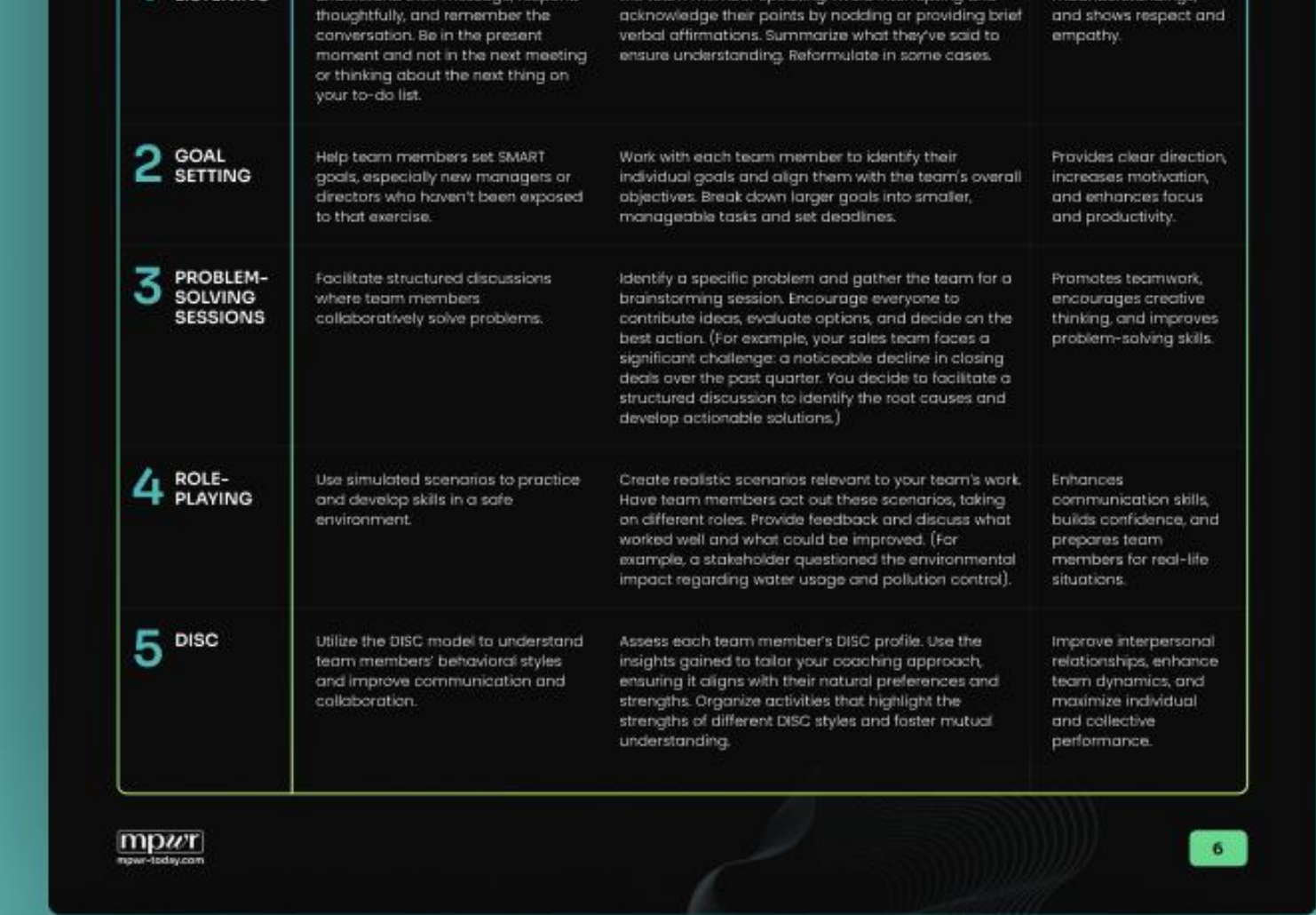
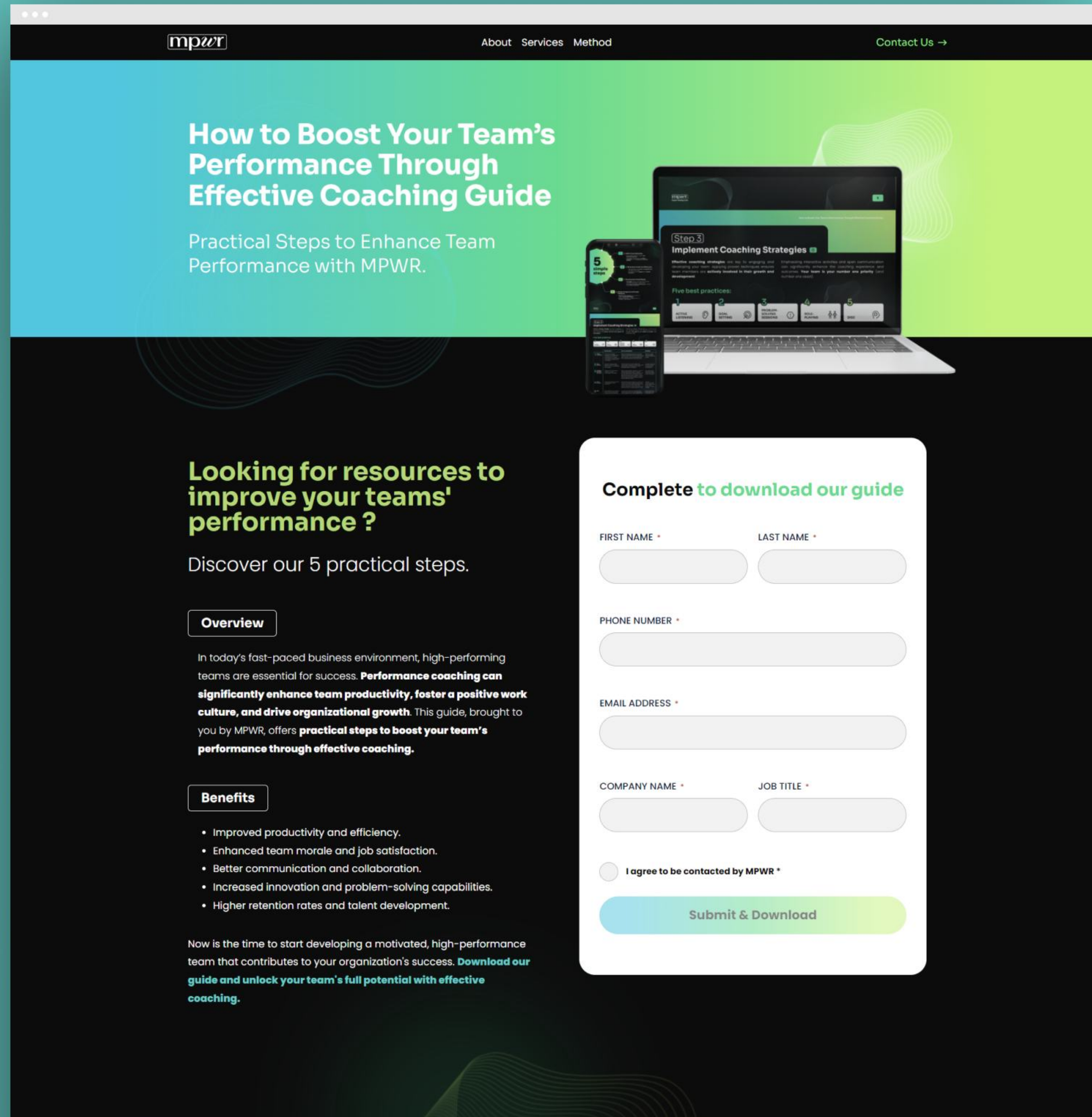
NOTRE MANDAT

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:

- ACTIVE LISTENING
- GOAL SETTING
- PROBLEM-SOLVING SESSIONS
- ROLE-PLAYING
- 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.

who m to
ments
s feel
ular team
praise team
y newsletter
ndence and
work
soft Teams to
d beyond.

bonuses or gift
e work hours as a
ng or certification
ng the services of a
vents such as dinners,
active achievements.
es, hold small in-office

te recognition program like
can include special perks
wards.
wards ceremony where The
lized and celebrated in front
such as access to executive
parking spaces.

PROJET

ZEINA KHALIL

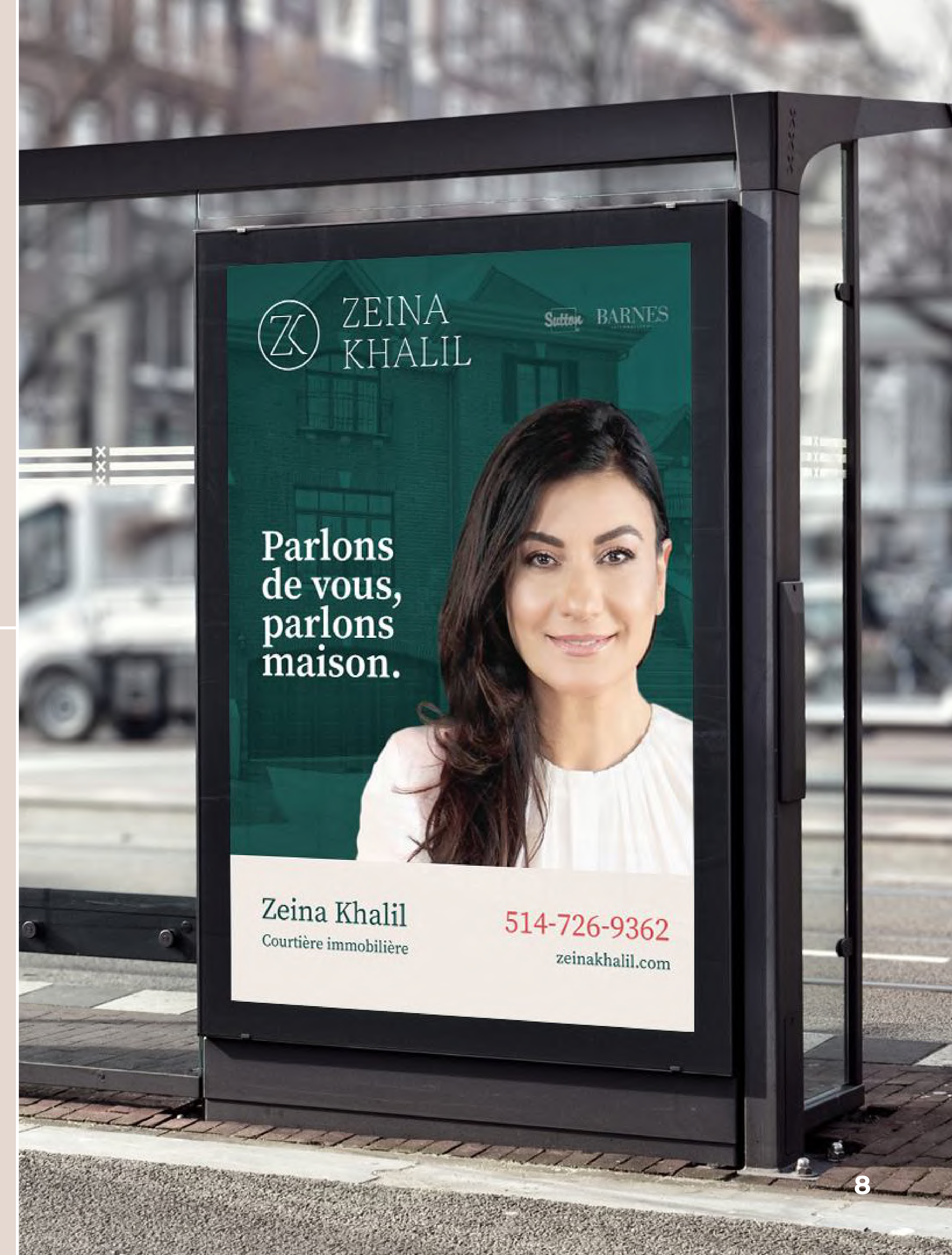
Agente immobilière

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 dicitur falcie aeneia eu erat. Vivamus sit amet erat.

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




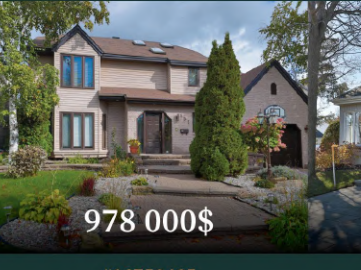




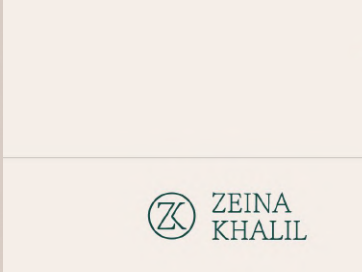
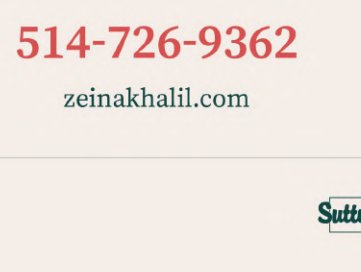
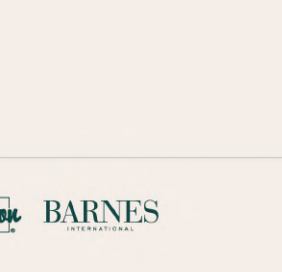
ZEINA KHALIL





La clé de votre nouvelle vie.

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



 629 000 \$ #13360486 680, Place de Disraeli Chomedey	 1 199 000 \$ #25211239 488, Rue des Allomas Sainte-Dorothée	
 Vendu	 978 000 \$	 698 000 \$
 Vendu 371, Rue Dalida Fabreville	 Vendu 555, Rue Magnan Sainte-Dorothée	 Vendu 285, Rue Darquise Fabreville
 Vendu 835, Rue Joseph-Tessé Sainte-Dorothée	 Vendu 603, Rue Toussaint Sainte-Dorothée	 Vendu 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

Syrah

750ml 12%alc/vol

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

Gamay

750ml 12%alc/vol

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

Gamay

750ml 12%alc/vol

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

Chenin blanc | Chardonnay

750ml 12%alc/vol



PROJET

ZINZIN

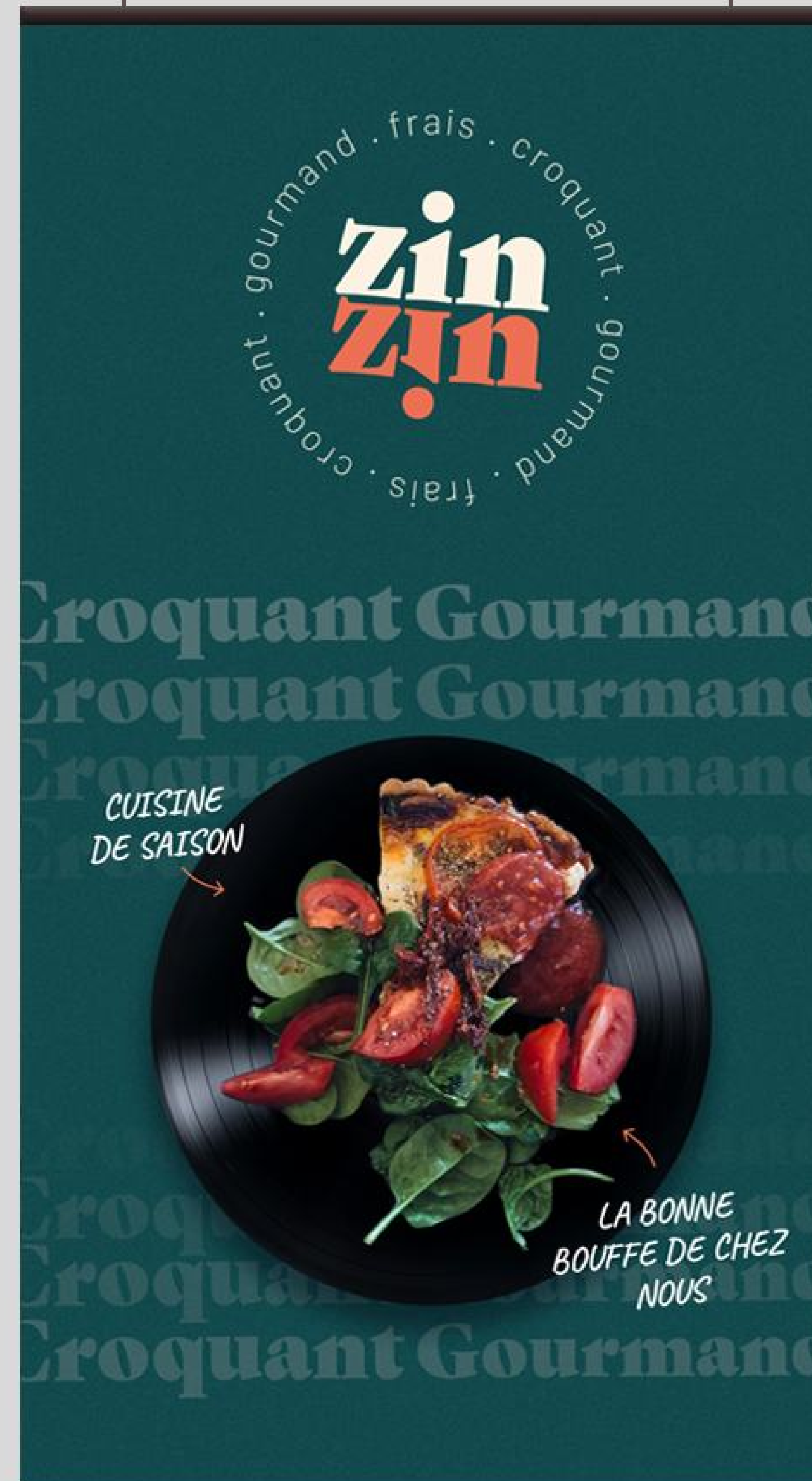
Restaurant

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.





ENTRÉES

RECIPÉ NO.1

Le plat idéal pour accompagner le poisson ou la viande et les légumes.

15€

RECIPÉ NO.1

Le plat idéal pour accompagner le poisson ou la viande et les légumes.

15€

RECIPÉ NO.1

Le plat idéal pour accompagner le poisson ou la viande et les légumes.

15€

RECIPÉ NO.1

Le plat idéal pour accompagner le poisson ou la viande et les légumes.

15€

RECIPÉ NO.1

Le plat idéal pour accompagner le poisson ou la viande et les légumes.

15€

RECOMMANDATION DU CHEF

DINNER

RECIPÉ NO.1

Le plat idéal pour accompagner le poisson ou la viande et les légumes.

15€

RECIPÉ NO.1

Le plat idéal pour accompagner le poisson ou la viande et les légumes.

15€

RECIPÉ NO.1

Le plat idéal pour accompagner le poisson ou la viande et les légumes.

15€

RECIPÉ NO.1

Le plat idéal pour accompagner le poisson ou la viande et les légumes.

15€

NEW

RECIPÉ NO.1

Le plat idéal pour accompagner le poisson ou la viande et les légumes.

15€

ÉPICES



PROJET

FONDATION DE LA VISITE

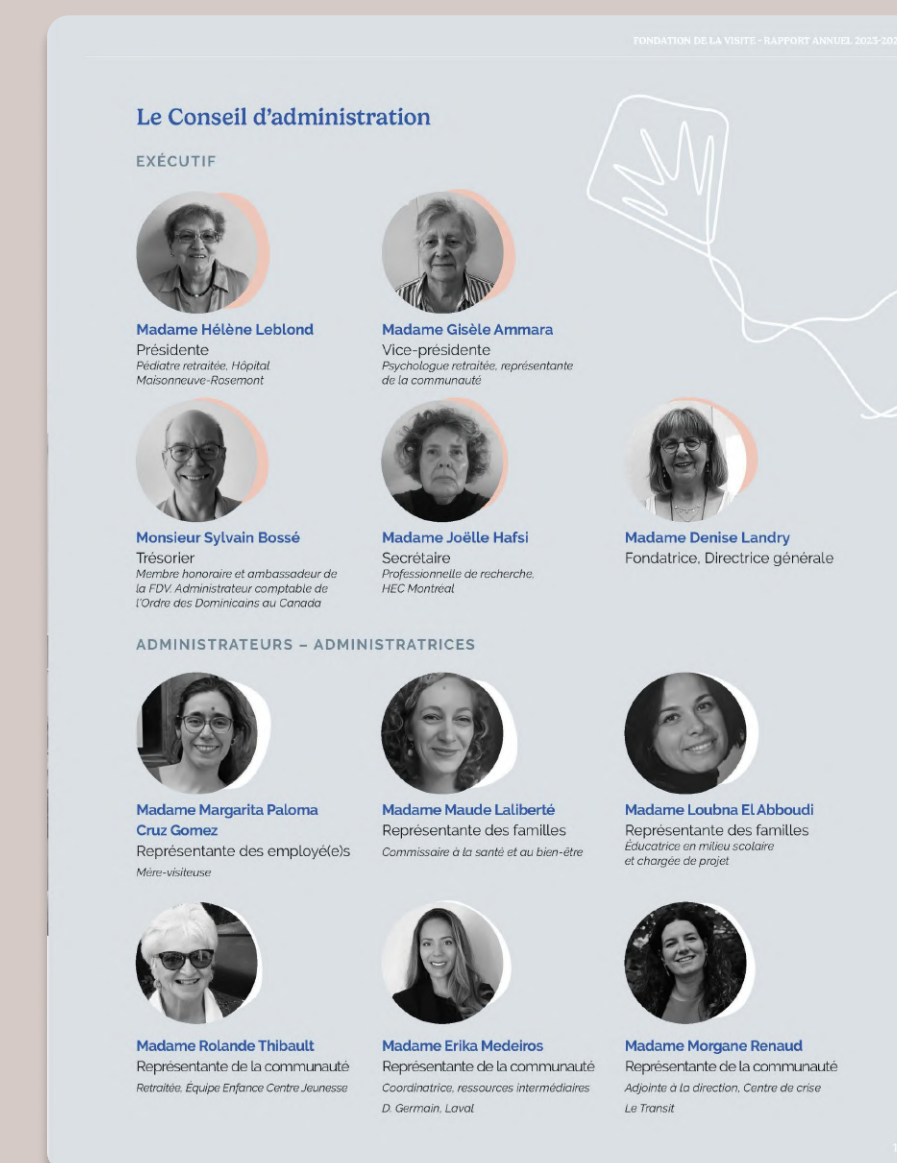
Association caritative accompagnant les familles

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

1999
Ouverture des services à Côte-des-Neiges + Implantation d'un nouveau service repris d'Assistance Maternelle : la trousse de naissance

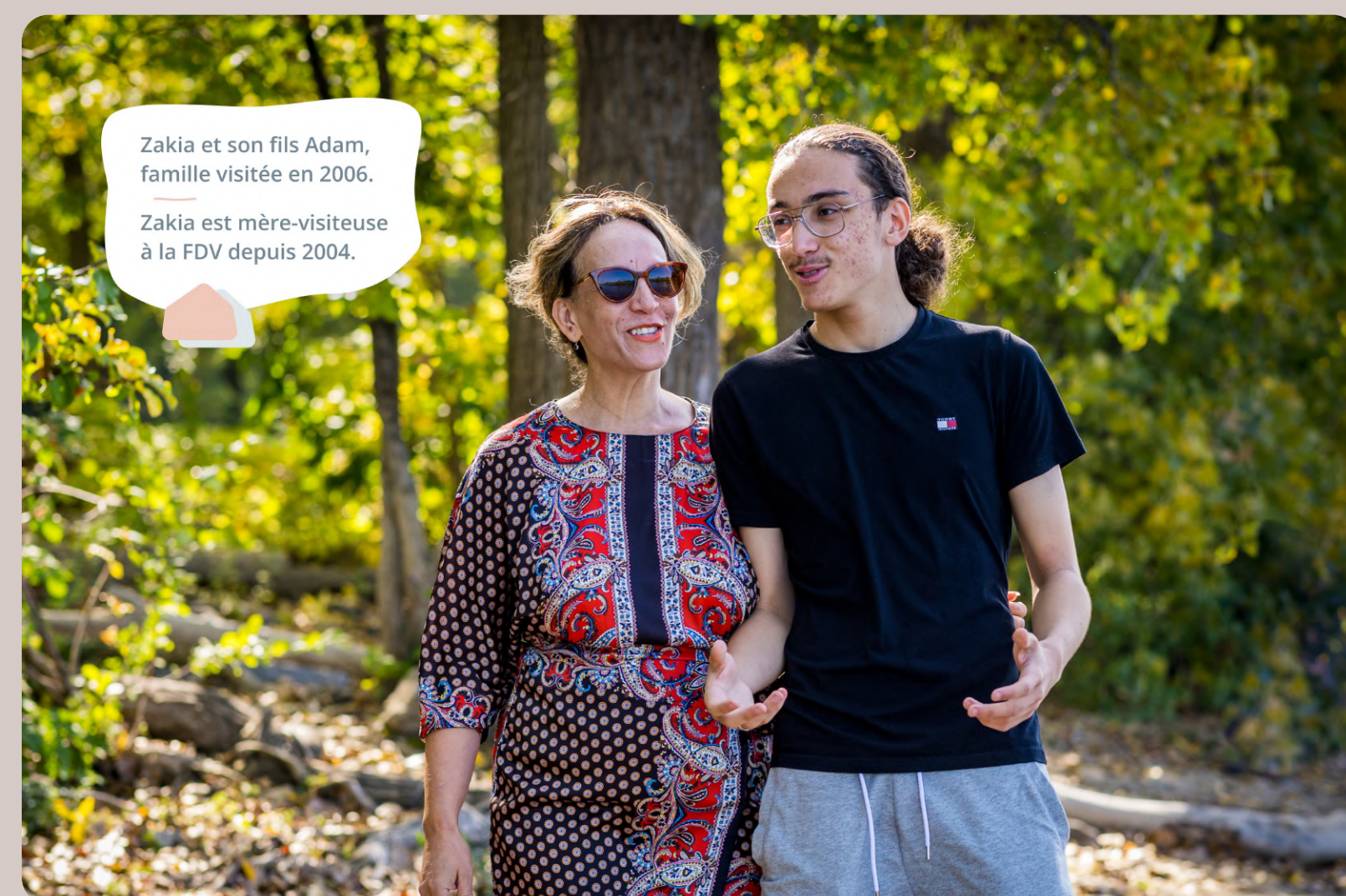
2002
Reconnaissance de l'organisme par Centraide du Grand Montréal

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

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

2021
Ouverture des services à LaSalle

2023
Ouverture des services à Saint-Laurent



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

Marraine de la campagne
Mme Valérie Blais
Artiste et mère engagée, marraine de Bonheurs d'Enfants depuis 2015

M. Christian Elie
Coproducteur et administrateur de Pelican International Inc.

Mme Marie Guillette
Ex-directrice d'entreprise, Mère, Mère

M. Robert Richard
Coproducteur Professionnel, Agré - CPA

Mme Mélanie Poirier
Chercheuse Sociale, Magnus Poirier

Mme Maude Roy
Propriétaire des Résidences St Hubert / Cadillac, Pte. St. Hubert, Express Plaza St Hubert

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

M. Sylvain Veinot
Propriétaire des Résidences St Hubert / Cadillac, Pte. St. Hubert, Express 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 \$) x2
Tricots des mamies tricoteuses (Valeur marchande : Inestimable :)

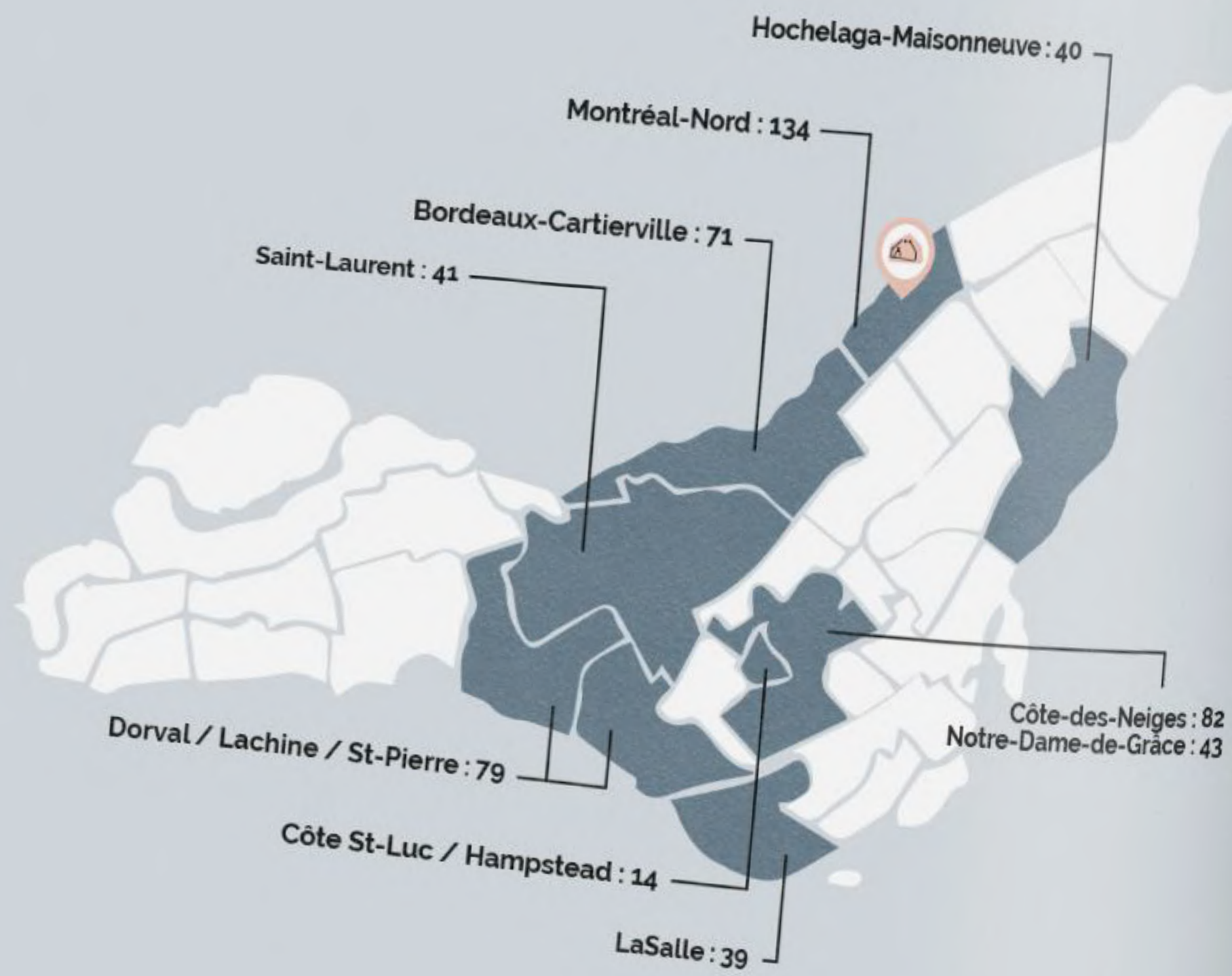
La situation générale

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.

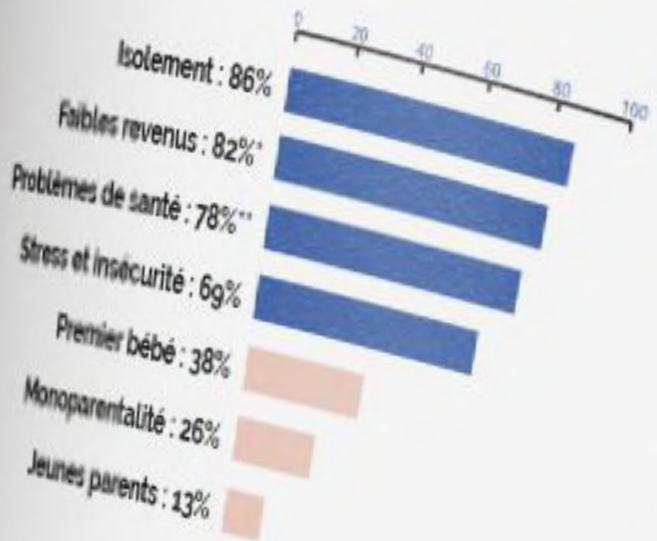
RÉPARTITION DES FAMILLES PAR SECTEUR



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 prévus 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 43 % des familles, la précarité financière se traduit par des besoins financiers importants et pour 20 % par des problèmes de logement et nécessite la recherche de ressources d'urgence et de soutien. »
 « 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 12% 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 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
Total	1904

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
Total	5 148	1 042	1 962	3 226	1 598	246	2 531	1 121	894	17 768



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 (YA 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>Chaîne d'approvisionnement Pour mesurer l'efficacité de vos opérations</p>	 <p>Réseau de Distribution et Transport Pour évaluer la configuration stratégique de votre réseau</p>	 <p>Entrepôt et Centre de Distribution Pour l'aménagement, l'automatisation et l'amélioration continue des pratiques au sein de votre centre de distribution</p>
 <p>Systèmes d'information Pour la mise en place de systèmes qui supportent adéquatement votre croissance</p>	 <p>Formation et coaching Pour être au devant des meilleures pratiques et former vos équipes</p>	 <p>Gestion intérimaire 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>3000 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>35 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>5 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
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, 463-15°
andar
São Paulo SP
01404-902
Brésil
T.: +55 (11) 51 84 17 10

TÉMOIGNAGES

<p>MARCELLE GROUPE 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>Philippe Proulx Directeur Principal Transformation organisationnelle</p>	<p>IPL</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>Marcel Riou VP Opérations logistiques - IPL</p>	<p>Québec</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>Guillaume Ferland Chef du service de l'Entreposage et de la Distribution CISSMO</p>	<p>pharma science</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>Janic Alarie Chef principal, service à la clientèle & distribution Pharmaciennes</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 Multilangues 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. À 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

MULTILINGUES - ÉCOLE DE LANGUE POUR ENTREPRISES

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.

- +1000 ETUDIANTS /ANNÉE
- +15000 HEURES DE COURS/ANNÉE
- 31 ANNÉES D'EXPÉRIENCE
- +DE 93% DE CLIENTS SATISFAITS
- +DE 95% D'ASSIDUITÉ

multiangles

MULTILINGUES - ÉCOLE DE LANGUE POUR ENTREPRISES

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.

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.

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

multiangles

MULTILINGUES - ÉCOLE DE LANGUE POUR ENTREPRISES

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**
Connaître 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.
- RICHESSSE 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.
- NEGOCIER**
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**
Partez 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

multiangles

MULTILINGUES - ÉCOLE DE LANGUE POUR ENTREPRISES

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**

multiangles

MULTILINGUES - ÉCOLE DE LANGUE POUR ENTREPRISES

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

RÉPARTITION DE L'ACTIVITÉ DE FORMATION

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	900 236 €

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

RÉPARTITION PAR ACTIVITÉS ET PUBLICS :

95% Salariés d'entreprises

5% Demandeurs d'emploi particuliers.

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

multiangles

MULTILINGUES - ÉCOLE DE LANGUE POUR ENTREPRISES

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
 - envoi du descriptif du module choisi
- MISE EN PLACE**
 - Des réception des disponibilités du collaborateur
 - agenda de formation selon le dispositif choisi
 - remise du matériel pédagogique
- FORMATION**
 - suivi pédagogique rigoureux pour la réussite de l'action
 - tests de progression pour valider les acquis
 - animation 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

multiangles

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



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.

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



220gr

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*
Calories 80	
Lipides / Fat 6 g	8 %
saturés / Saturated 1 g	
+ trans / Trans 0 g	5 %
Glucides / Carbohydrate 7 g	
Fibres / Fibre 1 g	4 %
Sucres / Sugars 5 g	5 %
Protéines / Protein 1 g	
Cholestérol / Cholesterol 0 mg	
Sodium 10 mg	1 %
Potassium 0 mg	0 %
Calcium 10 mg	1 %
Fer / Iron 0,75 mg	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 2018, 2017, 2016, 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.

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 2018, 2017, 2016, 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.

A SELECTION OF OUR LUXURY PROPERTIES

SOLD
Listed by: Benjamin Gauthier-Nolin

AV. LANSDOWNE, WESTMOUNT

ACCEPTED OFFER

\$1,895,000*
*avec conditions / with conditions

AV. ARGYLE, WESTMOUNT

LUXURIOUS TOWNHOUSE | OPEN FLOOR PLAN

\$1,790,000

AV. LANSDOWNE, WESTMOUNT

LUXURIOUS RESIDENCE | DOUBLE GARAGE

\$2,995,000

CÔTE-STE-ANTOINE, WESTMOUNT

LISTED & SOLD

"UM", PLATEAU-MONT-ROYAL

ACCEPTED OFFER

\$3,250,000*
*avec conditions / with conditions

MAIN ROAD, HUDSON

SEMI-DETACHED HOME | LOVELY TERRACE

\$1,795,000

AV. MURRAY HILL, WESTMOUNT

SUMPTUOUS HOUSE SURROUNDED BY GREENERY

\$4,995,000

CRESCENT SUMMIT, WESTMOUNT

LISTED & SOLD

"LOFTS REDPATH", SOUTH WEST

ACCEPTED OFFER

\$4,900,000*
*avec conditions / with conditions

"LE SOLANO", OLD PORT

BEAUTIFUL CORNER APARTMENT | MOUNTAIN VIEWS

\$1,995,000

AV. WESTMOUNT, WESTMOUNT

IMMENSE LIVING AREA | DOUBLE GARAGE

\$7,495,000

THE BOULEVARD, WESTMOUNT

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 2018, 2017, 2016, 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.

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
- Skyounge 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
- Skyounge featuring a split-level terrace
- Guest Suite
- 24/7 Concierge

<p>#3201</p> <p>\$2,889,353+tx</p> <p>1911 pc/sq ft MLS: 26758380</p>	<p>#3203</p> <p>\$1,693,525+tx</p> <p>1170 pc/sq ft MLS: 18114447</p>	<p>#3502</p> <p>\$5,066,535+tx</p> <p>2600 pc/sq ft MLS: 27307302</p>
<p>#3503</p> <p>\$2,539,950+tx</p> <p>1407 pc/sq ft MLS: 11383289</p>	<p>#3602</p> <p>\$5,166,535+tx</p> <p>2600 pc/sq ft MLS: 19796729</p>	
<p>#3603</p> <p>\$2,633,500+tx</p> <p>1407 pc/sq ft MLS: 13010867</p>	<p>#PH-3702</p> <p>\$11,378,806+tx</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 AGENT HALL OF FAME ROYAL LEPAGE CANADA - NO 1 ROYAL LEPAGE CANADA, 2005 (INDV) NO 1 ROYAL LEPAGE QUÉBEC 2018, 2017, 2016, 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

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

ROYAL LEPAGE HERITAGE - AGENCE IMMOBILIERE - FRANCHISE INDÉPENDANT ET AUTONOME DE ROYAL LEPAGE
 MARIE-YVONNE PAINT - COURTIER IMMOBILIER AGRÉÉ HALL OF FAME ROYAL LEPAGE CANADA - NO 1 ROYAL LEPAGE CANADA, 2005 (INDIV.) NO 1 ROYAL LEPAGE
 QUÉBEC 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2016, 2016, 2017, 2016, 2005, 2004, 2005, 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.

À VENDRE | FOR SALE

486 AV. ARGYLE
 WESTMOUNT

\$1,795,000



ROYAL LEPAGE HERITAGE - AGENCE IMMOBILIERE - FRANCHISE INDÉPENDANT ET AUTONOME DE ROYAL LEPAGE
 MARIE-YVONNE PAINT - COURTIER IMMOBILIER AGRÉÉ HALL OF FAME ROYAL LEPAGE CANADA - NO 1 ROYAL LEPAGE CANADA, 2005 (INDIV.) NO 1 ROYAL LEPAGE
 QUÉBEC 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2016, 2016, 2017, 2016, 2005, 2004, 2005, 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.

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.

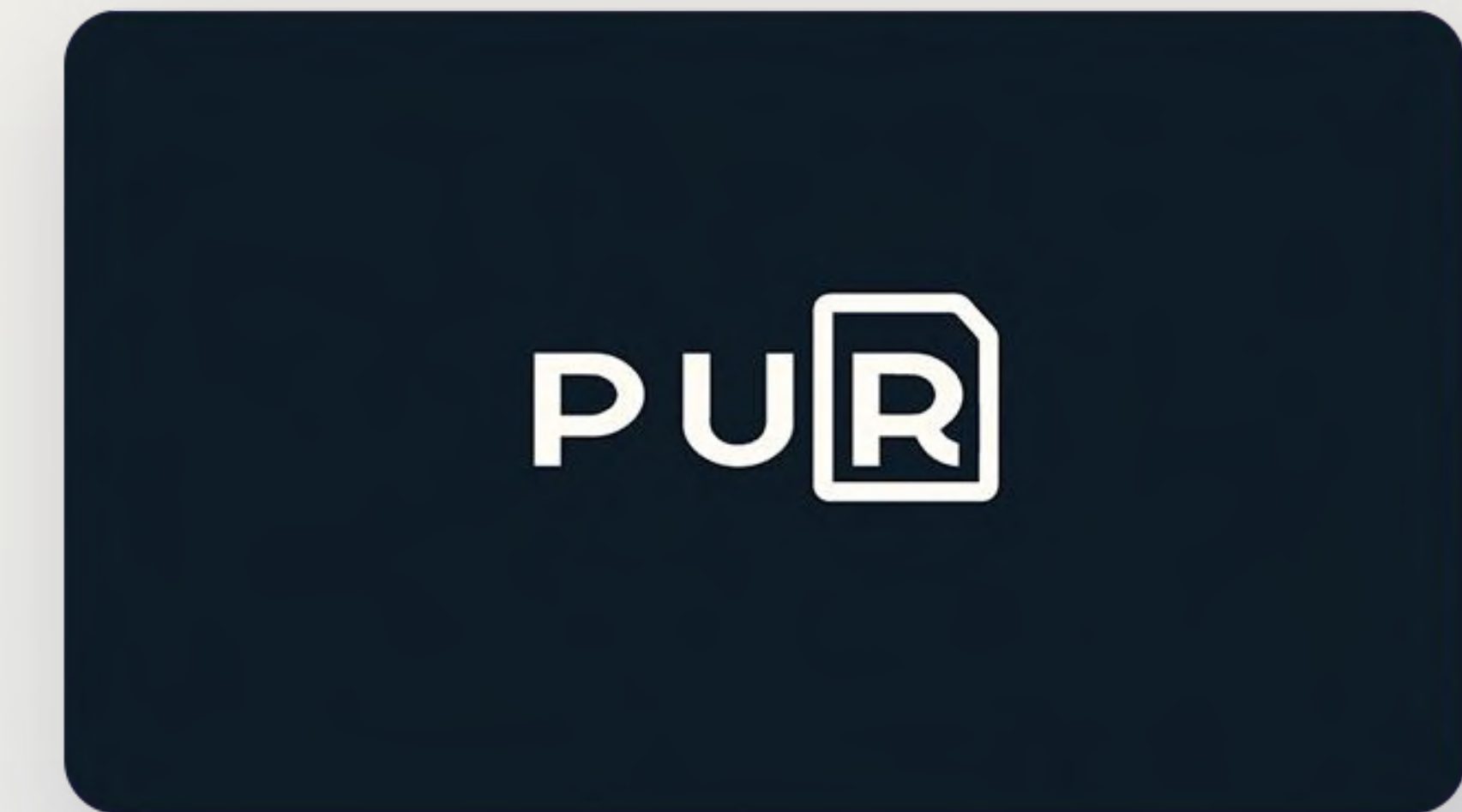
Cabinet d'expertise comptable
et financière

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 les 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...

A 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
- Allocated 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



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 MULTITALENTED AND EXPERIENCED TEAM
- TO COVER FINANCIAL AND TECHNOLOGY
- TO COLLABORATE WITH A REPUTABLE 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 responsiveness using the latest technologies and industry best practices.

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

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.



ring 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 order fulfillment 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, delays or attempted fraud. This vigilance allows you to react quickly to emerging problems and take corrective action to resolve them. Moreover, it fosters a culture of ongoing improvement within your organization.

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.

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.

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.



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.



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.

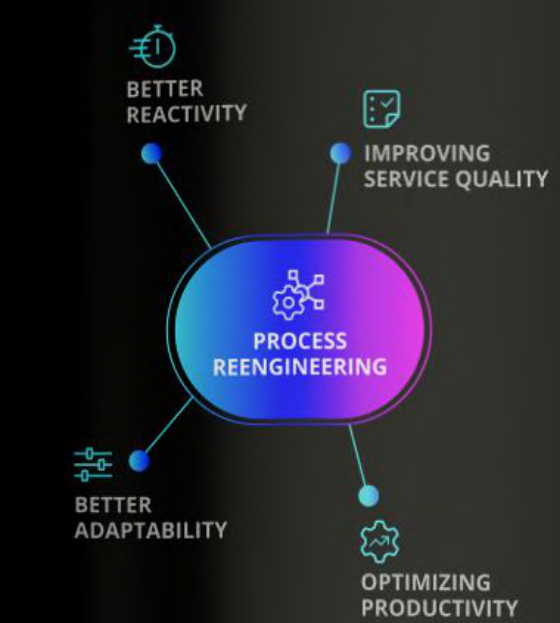


08. Committed employees

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.**

**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