



Cathy Bérubé, Éditions Pratico-Pratiques

Grandir dans un secteur en mutation

Après avoir travaillé plusieurs années à son compte, Cathy Bérubé fonde en 2014 les Éditions Pratico-Pratiques, une des rares entreprises indépendantes dans une industrie dominée par les grands. Cette aventure était risquée : « Je savais qu'entre le moment où je lançais la production et celui où je commençais à percevoir des revenus, il y aurait un bon délai. Mes hésitations n'ont pas duré longtemps, car j'y croyais vraiment », raconte Cathy Bérubé, lauréate des Prix Femmes d'affaires du Québec dans la catégorie Entrepreneure, grande entreprise.

L'avenir lui a donné raison. Les Éditions Pratico-Pratiques publient maintenant six magazines ainsi que deux collections de livres de cuisine. L'éditeur est le deuxième en importance au Québec pour le nombre de magazines produits.

La clé du succès? Innover et croire en ses moyens. « Je n'ai pas vraiment peur. Sinon, je

n'aurais pas choisi cette voie. Quand je ne dors pas la nuit, c'est parce que trop d'idées me trottent dans la tête. »

Cela ne veut pas dire qu'elle n'a pas traversé son lot d'obstacles. En 2009, la firme a connu une année difficile. Plutôt que de réduire les dépenses, Cathy Bérubé a décidé d'investir. Elle a acheté un bâtiment où se concentrent toutes les activités de la maison d'édition. « Le fait de tout regrouper sous le même toit nous donne de la flexibilité, nous permet d'être plus productifs et de travailler sur plus de projets. »

Cette synergie a mené à la publication, en 2010, du magazine *5-15*, qui propose des recettes de 5 ingrédients prêtes en 15 minutes, et au lancement de la série de livres *Les plaisirs gourmands de Cathy*.

Cathy Bérubé a aussi diversifié ses sources de revenus qui provenaient uniquement de la vente des magazines en kiosque. « Nous avons maintenant une formule d'abonnements, de la publicité, un site Web qui génère des revenus et des partenaires pour lesquels nous produisons des contenus. Dès 2010, nous sommes redevenus rentables. Depuis, notre chiffre d'affaires croît d'environ 25 à 40% chaque année. »

Le plus grand risque qu'elle ait jamais pris

« Lancer ma maison d'édition, alors que le domaine de l'imprimé est en déclin et que la concurrence est féroce, et oser enrichir ma collection avec de nouvelles séries de livres et de magazines. »

Ce qu'elle aimerait réaliser en affaires

« Continuer de gagner des parts de marché avec mes magazines et mes livres et, ainsi, faire mentir ceux qui prédisent la mort de l'imprimé. Également, utiliser toutes les plateformes pour mieux comprendre nos lecteurs et faire rayonner nos contenus. — ANNE-MARIE TREMBLAY



Annick Guérard, Transat Tours Canada

Découvrir de nouveaux milieux

En 13 ans au sein du groupe Transat, Annick Guérard a occupé pas moins de six postes différents. Cela signale une femme énergique, continuellement à la recherche de changements et toujours prête à se dépasser.

Dès ses premières années en génie-conseil, cette diplômée de Polytechnique Montréal se découvre une fibre managériale. Diriger des équipes, donner le ton et conduire les gens vers une direction lui plaît. Elle entame donc un programme de MBA à HEC Montréal et se tourne vers la gestion.

« Je suis une extravertie qui aime découvrir de nouveaux milieux », explique la lauréate des Prix Femmes d'affaires du Québec dans la catégorie Cadre, dirigeante ou professionnelle, entreprise privée. Après un passage de deux ans chez Deloitte, où elle est consultante en gestion, notamment pour Air Transat, An-

nick Guérard intègre le groupe Transat. Le voyageur vit à l'époque une transformation importante. « L'efficacité devait croître, les coûts, baisser, et il fallait travailler sur un plan de croissance », se remémore-t-elle.

Un contexte parfait pour celle qui se décrit comme une « fille d'opérations ». Service à la clientèle, marketing ou stratégie numérique, elle touche à tous les aspects de l'organisation et apprend ainsi à bien la comprendre.

Lorsqu'elle est devenue directrice générale de Transat Tours, Annick Guérard s'est souvent sentie bousculée devant les nombreuses responsabilités. La peur d'échouer s'est manifestée à plusieurs reprises, d'autant plus que cette femme d'équipe est très exigeante à l'égard d'elle-même. Pour contrer cette peur, elle a modifié sa façon de penser. « Désormais, je perçois moins les situations risquées comme des possibilités d'échec, mais comme des occasions d'apprentissage », indique-t-elle.

Le plus grand risque qu'elle ait jamais pris

« C'est lorsqu'on m'a proposé, en 2007, de diriger une unité d'affaires du groupe à Toronto. Je m'éloignais du siège social, de mon réseau de relations et donc de possibles occasions professionnelles. Cette expérience m'a poussée à faire preuve d'autonomie et à m'adapter à un nouvel environnement. »

Ce qu'elle aimerait réaliser en affaires

« Réussir le virage numérique de l'organisation d'ici les 18 prochains mois afin notamment de toucher davantage les Y et de personnaliser les offres selon le profil, les intérêts et les préférences des clients. Une évolution qui passera entre autres par de l'investissement dans des outils numériques. » — FANNY BOURREL



Caroline Roy, Cuisine L'Angélique

Devenir la Jehane Benoît du « sans gluten »

Caroline Roy rêvait de devenir médecin, d'aider les autres. Mais elle a trouvé un autre moyen de satisfaire son côté altruiste: elle a lancé sa gamme de produits de boulangerie sans gluten ni caséine. « Tout a commencé en 2006. À cette époque, mon jeune fils présentait plusieurs symptômes s'apparentant à l'autisme. En faisant des recherches, j'ai découvert qu'une diète sans gluten ni caséine pouvait lui être bénéfique », raconte la lauréate des Prix Femmes d'affaires du Québec dans la catégorie Entrepreneure, petite entreprise.

Le hic: elle n'arrive pas alors à trouver des produits qui répondent à ses exigences en matière d'alimentation saine et naturelle. « J'avais banni les produits raffinés de mon menu depuis plusieurs années. Cependant, tous les produits sans gluten et sans caséine que je trouvais étaient bourrés d'additifs », déplore-t-elle.

Déjà habituée à fabriquer son propre pain, Caro-

line Roy décide d'élaborer une recette sans gluten ni caséine, faite à partir d'ingrédients biologiques et qui pourrait confondre les amateurs de pain de blé. « Au bout de deux ans et demi d'essais et d'erreurs, j'ai réussi un premier pain qui répondait à tous ces critères », dit-elle.

En plus de son pain, l'apprentie boulangère met au point d'autres recettes: gâteaux, gaufres, pâte à tarte, etc. « Nous étions tellement emballés par les résultats que nous avons décidé d'en faire bénéficier le plus de gens possible en lançant Cuisine L'Angélique. »

Quelques mois seulement après l'arrivée sur les tablettes du premier produit de l'entreprise, Jacqueline Lagacé lançait le livre *Comment j'ai vaincu la douleur et l'inflammation chronique par l'alimentation*. « Toutes nos recettes respectaient les normes du régime hypotoxique qu'elle préconisait. Ce livre nous a permis de décupler nos ventes », se souvient Caroline Roy. Sa PME, établie à Coaticook, compte 13 employés.

Le plus grand risque qu'elle ait jamais pris

« J'ai rapidement dû investir plus de 100 000\$ pour me procurer de nouveaux équipements afin de satisfaire la demande. Le risque était d'autant plus grand que ces équipements étaient conçus pour fabriquer des produits standard. Il s'est écoulé un an avant que je réussisse à les mettre au point. J'ai aussi été obligée de trouver un second emploi pour être en mesure de rembourser mon emprunt. »

Ce qu'elle aimerait réaliser en affaires

« Je rêve de devenir la Jehane Benoît du « sans gluten »! Je souhaite avant tout accompagner les gens dans leur régime sans gluten, afin que celui-ci ne soit plus perçu comme une contrainte. »

— CATHERINE GIRARD



Lise Déziel, Cordé Électrique

Relever les défis un à un

La feuille de route de Lise Déziel, fondatrice de Cordé Électrique, un fabricant de fils et de harnais électriques de Valcourt, ne laisse aucun doute. Pour la lauréate des Prix Femmes d'affaires du Québec dans la catégorie Entrepreneure, moyenne entreprise, relever un défi est non seulement une occasion à saisir, mais aussi une manière de grandir.

Formée en diététique puis en assurance contrôle, elle déniche un emploi dans une entreprise d'électronique, où on lui confie le mandat d'implanter les normes ISO. « Cela a été mon premier vrai défi professionnel. »

Elle réussit si bien son mandat qu'on lui en confie un deuxième. « L'entreprise avait acheté une usine de filage électrique et on m'a demandé d'aller y travailler. » Elle reste au sein de cette entreprise quelques années, puis travaille pour d'autres sociétés, toujours dans le domaine du

filage électrique. Malheureusement, la dernière expérience professionnelle se révèle désastreuse. « Il n'y avait que deux choix: admettre la défaite ou me relever. Cela faisait 15 ans que je travaillais dans ce domaine, et j'avais un bon réseau de relations. Alors, pourquoi ne pas lancer mon entreprise? » En un peu plus d'un mois, elle monte son plan d'affaires, trouve son financement, loue un local et embauche ses premiers employés. Cordé Électrique voit le jour en septembre 2010.

Les premières commandes entrent, mais ce sont toujours pour de petits lots. « J'ai compris que les grands fournisseurs de mes clients étaient incapables de répondre à ce type de commandes, et j'ai décidé d'en faire mon créneau. » Une décision sage, puisque les commandes se multiplient et que la taille des lots grossit.

Elle aurait pu se contenter de suivre la vague, mais elle choisit plutôt d'innover. « J'ai décidé de revoir tout mon processus de fabrication afin de me donner encore plus de souplesse et de réduire considérablement le temps de production. » La recette fonctionne si bien que « ce fut tout un défi de former de nouveaux employés et de fournir des produits de la même qualité à mes clients. »

Le plus grand risque qu'elle ait jamais pris

« Je me suis permis un moment de réflexion afin de repenser l'entreprise. C'est alors que j'ai arrêté de travailler dans mon entreprise pour travailler sur mon entreprise et en devenir la gestionnaire stratégique. »

Ce qu'elle aimerait réaliser en affaires

« Je planifie mon entrée sur le marché américain, et je compte avoir une deuxième usine de fabrication d'ici cinq ans. » — PIERRE VALLÉE