L'Indice

LE MARCHÉ DE L'HABITATION POUR AÎNÉS ET RETRAITÉS

La prise d'inventaire

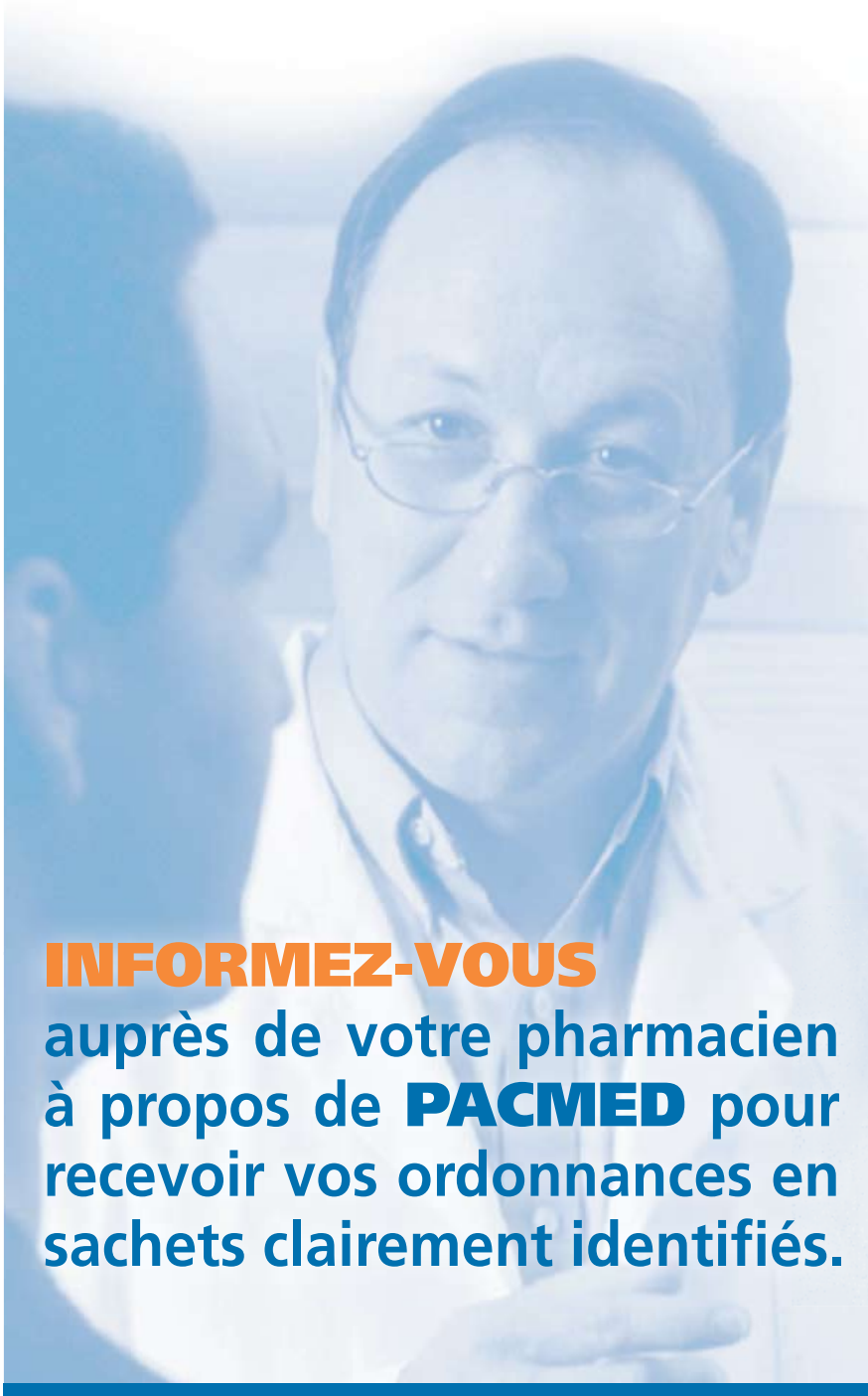
Le manuel de l'employé, un élément de rétention !

**Résidences pour aînés et retraités :
Les tendances se dessinent… en architecture**

**Les aînés, de plus en plus branchés !
Et vous, l'êtes-vous ?**

L'Indice - Vol.9 nº2 – 3,50 $

Votre Pharmacien à portée de la main



PACMED

Prenez le bon médicament au bon moment !

- ***Personnalisé***
- ***Simple à utiliser***
- ***Commode***
- ***Sécuritaire***

INFORMEZ-VOUS
auprès de votre pharmacien à propos de PACMED pour recevoir vos ordonnances en sachets clairement identifiés.

Mc Kesson APS 4800 rue Levy, Saint-Laurent, Québec, H4R 2P1
514-832-8333, 1-800-361-3757, www.mckesson.ca

McKESSON Canada
Votre force en santé

MD - Marque déposée de McKesson Automation Canada Corporation.

Prêt à faire le saut ?

Faites confiance au chef de file dans la vente de résidences pour personnes âgées.

RICHARD PERREAULT
IMMOBILIER

www.richardperreault.ca | Tél. : 514 644 4444

NOVOCLIMAT

Pour la tranquillité d'esprit

Offrir des immeubles Novoclimat à une clientèle âgée ça signifie :

- des constructions mieux isolées;
- des planchers plus chauds;
- un air intérieur plus sain;
- des portes et des fenêtres plus étanches et efficaces.

Contactez-nous pour connaître tous les avantages de Novoclimat :

1 877 727-6655

www.aee.gouv.qc.ca

Novoclimat MC

CONFORT. SANTÉ. ÉCONOMIES !

Agence de l'efficacité énergétique

Québec

Vous économisez. L'environnement y gagne aussi.

En collaboration avec les distributeurs d'électricité, de gaz naturel, de mazout et de propane

L'Indice

LE MARCHÉ DE L'HABITATION POUR AÎNÉS ET RETRAITÉS

Président fondateur	Richard Perreault
Éditrice	Johanne Cottenoir
Conseillère en gestion de résidences	Reine Laurin
Rédactrice en chef	Marilou Nadeau
Collaborateurs	Richard Perreault, consultant en hébergement pour aînés
	Nancy Cameron CRHA
	Daniel Mac Beth Architecte
Réviseure	Carole Hébert
Graphiste	Simon Bonnallie www.bonnallie.ca
Imprimeur	Protech LP
Photo couverture	Simon Bonnallie Manoir des Anges

L'Indice est publiée six fois par année par Gescen et est tirée à 3 700 exemplaires.

La revue se dégage de toute responsabilité par rapport au matériel non sollicité et au contenu des publicités publiées dans ses pages.

Toute reproduction de textes, d'illustrations ou de photographies de la revue est interdite sans autorisation.

POUR NOUS JOINDRE

400, rue Saint-Jacques Ouest, bureau 300
Montréal (Québec) H2Y 1S1

Téléphone	514 644-8314
Télécopieur	514 644-9722
Pour la rédaction	Marilou Nadeau mnadeau@aineshebergement.com
Pour la publicité	Carmelle Dion 418 836-2468 cdion@aineshebergement.com

Dépôt légal: Bibliothèque nationale du Québec et Bibliothèque nationale du Canada
ISSN 1913-3634

Envoi poste-publications
Convention # 40034441
Client # 3991067

TEXTE MARILOU NADEAU
Rédactrice en chef
mnadeau@aineshebergement.com

Bonjour à tous et à toutes,

Les tempêtes sont loin derrière nous et plein de projets viennent accompagner la nouvelle saison. Envie de créer un site Internet pour votre résidence, d'« internetiser » vos aînés, de créer un manuel de l'employé pour accueillir les nouveaux ou de faire des changements dans votre résidence, question d'être dans le coup ? Voilà autant de pistes qui seront fournies dans ce numéro. Ainsi, l'architecte Daniel MacBeth nous fera part des tendances en matière d'habitation pour aînés, tandis que Nancy Cameron, conseillère en ressources humaines, traitera de l'importance du manuel de l'employé.

À noter également : une rubrique sur la certification, dans laquelle sont indiquées les résidences qui ont répondu aux exigences rigoureuses du ministère de la Santé et des Services sociaux. Et pour ceux qui vendent ou qui achètent un établissement pour personnes âgées, je vous invite à lire l'article de Richard Perreault sur les prises d'inventaire afin de connaître son opinion sur le sujet.

Je vous souhaite une bonne lecture !

Marilou Nadeau

SOMMAIRE

VOL.9 Nº2

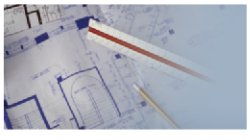
À MON AVIS
La prise d'inventaire _____ p.6

AU CŒUR DE LA RÉSIDENCE
Loisirs
Les aînés, de plus en plus branchés ! _____ p.8

Gestion
12 conseils pour annoncer sa résidence sur le Web _____ p.10

Ressources humaines
Le manuel de l'employé, un élément de rétention _____ p.13

Architecture
Résidences pour aînés et retraités, Les tendances se déssinent... en architecture ! _ p.15



Compte rendu
Forum québécois sur l'investissement multirésidentiel _____ p.17

ÉDITORIAL _____ p.5

EN BREF _____ p.18

ÉCRIVEZ-NOUS !

Que pensez-vous des articles ? Quels sujets vous interpellent ? Faites-nous part de vos commentaires et de vos suggestions, qui sont toujours très appréciés. Il nous fera d'ailleurs plaisir de publier vos lettres dans nos pages.

Voici nos coordonnées :
400, rue Saint-Jacques Ouest, bureau 300
Montréal (Québec) H2Y 1S1

514 644-8314
mnadeau@aineshebergement.com

TEXTE RICHARD PERREAULT
Consultant en hébergement pour aînés | Agent immobilier
rp@aineshebergement.com

LA PRISE D'INVENTAIRE

Au moment de vendre une résidence, les éléments compris dans la transaction doivent être sans ambiguïté entre le vendeur et l'acheteur, ce que la prise d'inventaire est supposée permettre. Il s'agit d'un recensement des quantités en stock de l'ensemble des biens détenus par la résidence et ainsi transférés au nouveau propriétaire. La prise d'inventaire comprend, entre autres, les inclus, la totalité des meubles, les équipements et effets mobiliers servant à l'exploitation du commerce, tous les équipements et accessoires servant à l'entretien intérieur et extérieur de l'immeuble de l'entreprise, la literie et les serviettes, les accessoires complets, ainsi que les équipements et outils utilisés dans le cadre de l'exploitation de la résidence. Quant aux exclus, ils correspondent notamment aux meubles appartenant personnellement aux locataires.

Quand on effectue une prise d'inventaire, cela repose sur la bonne foi des deux parties. Or, cette bonne foi est souvent mise à rude épreuve. Entre le moment de signer l'acte notarié et la prise de possession, il y a toujours un certain délai, par exemple une journée. C'est dans ce laps de temps que les choses peuvent se compliquer. Prenons un exemple concret. Un propriétaire, qui voulait vendre sa résidence, avait de beaux meubles qui donnaient du « punch » à l'établissement et qui ont grandement contribué à la vente. Quand est venu le temps de faire la transaction, il a mentionné qu'il laissait tout à l'acheteur, sans faire de prise d'inventaire. Toutefois, il s'est présenté la veille du déménagement pour « dévaliser » la résidence, soit apporter certains meubles durant la nuit, dont une chaise Louis XIV qui donnait beaucoup de cachet dans le hall d'entrée.

> « Les gestionnaires qui vendent devraient toujours laisser ce qu'ils ont montré au départ aux futurs acheteurs. »

À mon avis, il s'agit d'une aberration. Ce qui est là doit rester là. Souvent, les gestionnaires hésitent à faire des prises d'inventaire. Ils doivent se promener avec leur bloc-notes et leur crayon et inventorier tout ce qui se trouve dans la résidence. Cela doit se faire de préférence de nuit pour ne pas susciter des questionnements de la part des employés et des locataires et les alerter. De plus, la prise d'inventaire nécessite d'aller dans les chambres pour compter le mobilier. C'est pourquoi plusieurs gestionnaires n'en font pas, même si celle-ci devrait être fournie dans la semaine qui suit le dépôt de l'offre d'achat.

Des exemples comme celui que je vous ai cité précédemment, il y en a plein : un propriétaire qui vient changer le tracteur à gazon contre une vieille tondeuse en douce, alors qu'il y a 25 000 pieds carrés de terrain à tondre, un autre qui vient récupérer sa thermopompe neuve alors qu'il vient de vendre sa résidence des millions… A-t-il vraiment besoin de cet objet, est-il financièrement mal pris à ce point ? Mentionnons également les « vols » de coffres à outils, de balayeuse, d'ordinateurs et autres équipements pourtant essentiels au bon fonctionnement d'une résidence. Malheureusement, les gestionnaires qui vendent leur résidence tendent souvent à reprendre l'équipement, les meubles, les éléments de décoration (même des tableaux !). Ils ne le disent pas et reviennent à la fin pour récupérer le tout.

Un autre point à considérer est la nourriture. Selon moi, il ne s'agit pas d'un ajustement et cela ne devrait pas être inscrit dans la prise d'inventaire. Ce qui est entamé est considéré comme perdu. Encore une fois, il faut laisser sur place ce qui s'y trouve et, surtout, ne pas « étirer » la nourriture. En effet, les gens ont tout naturellement tendance à ne plus rien acheter une fois qu'ils ont vendu, mais les opérations sont censées continuer. C'est pourquoi le vendeur devrait laisser la nourriture sans frais à l'acheteur pendant une période de sept jours pour les repas et les collations, pour la période de transition qui commence dès l'acte notarié. De toute façon, l'approvisionnement en nourriture doit se faire toutes les semaines pour le périssable et le non périssable doit être en quantité suffisante en tout temps. Ce n'est pas normal qu'il n'y ait plus de stock, c'est comme quelqu'un qui vend une voiture sans essence pour repartir. Cela est particulièrement vrai lorsqu'il s'agit d'une grosse résidence, qui doit détenir des quantités considérables de ce type de fournitures. Des moitiés de sacs de farine quand on vend une résidence de deux millions, ça n'a pas de bon sens.

En conclusion, les gestionnaires qui vendent devraient toujours laisser ce qu'ils ont montré au départ aux futurs acheteurs. Il s'agit de faire preuve de gros bon sens, d'honnêteté et de ne pas laisser le nouveau propriétaire au dépourvu. En laissant tout sur place, le gestionnaire évite surtout de s'attirer des conflits.

UNIFORMES
TOWN&COUNTRY
DEPUIS 1957
1 800 361-0388 | www.tcuniforms.com
Catalogues disponibles | Programme d'uniformes prêt-à-porter
Aucun minimum pour commander

TEXTE MARILOU NADEAU
Rédactrice en chef
mnadeau@aineshebergement.com

LES ÂINÉS, DE PLUS EN PLUS BRANCHÉS ! ET VOUS, L'ÊTES-VOUS ?

Internet, le réseau mondial de l'information, est maintenant à la portée du grand public depuis les années 1990. Son utilisation a crû de façon exponentielle, y compris chez les aînés, qui représentent le groupe enregistrant la plus forte croissance. « Internetiser » les résidences, maintenant un incontournable ?

LES CYBER-AÎNÉS

Bien que les personnes âgées de 65 à 74 ans représentent un faible pourcentage des internautes, leur nombre a pourtant plus que doublé de 2000 à 2003, passant de 11 % à 28 %. De fait, le phénomène va en s'accroissant, également chez les 75 ans et plus (Statistique Canada, 2003). Les baby-boomers, futurs aînés, font bonne figure parmi les utilisateurs. D'une part, l'âge est donc un facteur qui influe de façon inversement proportionnelle sur l'utilisation de l'Internet et, d'autre part, on assiste à l'arrivée des générations qui se sont adaptées à l'ère informatique et qui laisseront un jour place aux habitués de cette technologie depuis le berceau.

Ce n'est maintenant plus un cas isolé, l'Internet devient un outil privilégié, même chez nos aînés, qui disposent amplement de temps pour « surfer » à leur guise. Quels sont leurs champs d'intérêt ? Les adultes de 60 ans et plus seraient principalement à la recherche de renseignements sur des biens ou services (57 %), de sites de nouvelles en ligne (54 %) et de renseignements liés à la médecine ou à la santé (38 %). On mentionne également le besoin de se divertir.

INFORMATIQUE 101

Bien que certains décident d'apprendre par le biais des proches, de la famille ou des amis, on a aussi vu émerger des ateliers d'initiation destinés aux 50 ans et plus en vue de favoriser l'accessibilité informatique à ce groupe d'âge. Dans la région métropolitaine, Internautes Poivre & Sel, qui a vu le jour il y a onze ans, a été lancé à l'initiative de deux employés du Collège de Bois-de-Boulogne désirant aider les aînés à apprivoiser l'ordinateur. La clientèle est constituée de groupes : les jeunes baby-boomers, âgés de 45 à 60 ans, et les gens plus âgés, de 65 à... 98 ans ! « Habituellement, nos aînés dans les 80 ou 90 ans sont des avant-gardistes et des gens qui avaient des postes de responsabilité. Ces derniers, encore autonomes, souhaitent rester à la page », mentionne Mme Monique Varin, qui travaille au Collège. Par exemple, une dame de 93 ans avait suivi tous les cours sur Excel, car elle voulait faire elle-même sa planification financière. Une autre avait aussi suivi les cours sur Word pour faire sa biographie sur le Net.

> « À la lumière des informations sur l'utilisation que font les aînés d'Internet – et leurs contemporains à plus grande échelle encore – cet outil est devenu un média de prédilection pour afficher biens et services. »

Dans le même ordre d'idées, le programme Étudiants bien branchés propose également des cours sur Internet pour les aînés. Enfin, mentionnons le Café Internet des aînés, une formation continue offerte par le Cégep régional de Lanaudière. Ces services varient en fonction des différentes régions du Québec.

L'UTILISATION D'INTERNET CHEZ LES AÎNÉS

On peut facilement se demander quelle est la motivation des personnes âgées à apprendre à utiliser Internet. « De nos jours, tout est devenu informatisé, explique Mme Varin. Par exemple, à la télévision, on donne toujours le site Web de l'émission et les aînés veulent se tenir au courant. De plus, dans un contexte de mondialisation, ils souhaitent écrire des courriels à leurs enfants et à leurs petits-enfants dispersés un peu partout. » À cet effet, en 2003, près de 90 % des utilisateurs mentionnaient utiliser le courrier électronique, tous âges confondus (Statistique Canada).

Toutefois, certains sont réticents à utiliser un ordinateur : « Ils ont peur de le briser ! Ils ont aussi peur de perdre des documents. De plus, en résidence privée, ils estiment qu'avoir un tel appareil pour soi est un coût supplémentaire et cela fait un gros morceau à payer », dit Mme Varin. Enfin, les transactions en ligne sont considérées comme peu sécuritaires par ces derniers.

DES RÉSIDANTS BRANCHÉS

La résidence Les Verrières du Golf, à Ville Saint-Laurent, forme des groupes organisés pour aller suivre les cours au Collège de Bois-de-

Boulogne, où une salle informatique est disponible. Il y a également déjà eu des formations données directement dans des résidences pour personnes âgées, mais le petit nombre d'appareils, leur emplacement (la bibliothèque) et leur disposition ne facilitaient pas l'apprentissage. Même chose pour le local du Collège, où il n'y a malheureusement pas d'accès pour les personnes à mobilité réduite.

Brancher les aînés sur le Net, maintenant un incontournable ? Si l'on regarde du côté de nos cousins français, de nombreux sites sont destinés aux aînés : SeniorPlanet.fr, NotreTemps.com, Vivre100ans.fr et AgeVillage.com, comme le mentionne Frédéric Serrière dans son ouvrage *Conquérir le marché des seniors*. Selon ce spécialiste, Internet sera un moyen attractif pour cibler les personnes âgées.

UN OUTIL À FORT POTENTIEL COMMERCIAL

À la lumière des informations sur l'utilisation que font les aînés d'Internet – et leurs contemporains à plus grande échelle encore – cet outil est devenu un média de prédilection pour afficher biens et services. Le magasinage en ligne permet une recherche rapide et accessible au plus grand nombre, peu importe l'endroit. Ceci est également applicable aux résidences pour aînés, qui peuvent ainsi afficher toutes les informations nécessaires à la promotion de leur établissement : texte, photos, visite sous forme de vidéo… Pourtant, on estime que le nombre de résidences possédant leur propre adresse courriel et leur site Internet oscille autour de 20 % seulement ! Moyen peu coûteux et à la portée de tous, inutile de dire que le Web représente un potentiel de promotion et de communication très intéressant et malheureusement très peu exploité par les gestionnaires.

Si les aînés font progressivement la transition vers le monde du Web et si les générations de plus en plus informatisées se succèdent, il est tout indiqué pour une entreprise destinée aux aînés d'avoir son propre site. Par ailleurs, la recherche de renseignements sur des biens ou services, dont la recherche de résidences fait partie, arrive en tête de liste chez tous les groupes d'âge de même que chez les 60 ans et plus.

Tranquillement, on assiste à un changement chez les aînés et pour les générations à venir. Ils sont maintenant plus instruits, ont de meilleurs moyens financiers et souhaitent être informés et se divertir. Pour reprendre l'expression du sociologue McLuhan, la planète est un « village global », qui est dorénavant parcouru par l'autoroute de l'information électronique.

Un résident du complexe *Le Cherbourg* navigue sur Internet.
Photo : Simon Bonnallie ©

Une collection unique conçue avec la retraite et les services de santé à l'esprit
Chaleureux, boisé et invitant, le mobilier WELLSPRING par LANDSCAPEFORMS est stable, solide, agréable à regarder et confortable pour les résidents, visiteurs et le personnel de tous âges.

ATMOSPHÄRE offre une grande variété de mobilier qui allie design, durabilité et matériaux recyclés.

ATMOSPHÄRE AMÉNAGEMENT URBAIN

450.682.3480 | 1.800.680.6499 | Téléc. 450.682.1226 | info@atmosphare.com

12 CONSEILS POUR ANNONCER SA RÉSIDENCE SUR LE WEB

Un site Web permet d'attirer des milliers de visiteurs. Il agit à titre de vitrine pour l'entreprise qu'est votre résidence. Aussi doit-il refléter l'image de l'établissement et le mettre en valeur tout en fournissant une information claire et pertinente. Vous avez pris connaissance de l'immense potentiel du Web et vous décidez d'annoncer votre résidence sur le Net ? Voici 12 conseils qui vous guideront dans la création, la diffusion et la promotion de votre résidence.

1. PRIVILÉGIEZ UN DESIGN SIMPLE ET EFFICACE

Êtes-vous déjà tombé sur un site multicolore dont les informations encombrées le rendent illisible ? Votre réaction a probablement été de fermer la fenêtre et de ne plus jamais y retourner. Le mot d'ordre est la simplicité visuelle. Privilégiez les mêmes couleurs de fond et une constance dans les polices de caractères d'une page à l'autre. Les photos doivent être de grande qualité et représenter au mieux votre résidence. N'hésitez pas à faire appel à des professionnels, car c'est votre image de marque qui en dépend.

2. FACILITEZ LA NAVIGATION

Aussi beau votre site soit-il, encore doit-on pouvoir y naviguer aisément. Si possible, évitez d'avoir plusieurs catégories, ce qui risquerait de mêler le lecteur. La barre de navigation se trouve généralement dans le haut et les titres sont bien en évidence. Aidez-vous grâce à une carte de site, qui est la table des matières ou le squelette de votre site. Il s'agit d'une étape importante qui constitue le point de départ et qui en guidera les grandes orientations. Les internautes pourront ainsi apprécier la structure à laquelle vous aurez rigoureusement pensé au préalable.

3. SOIGNEZ VOTRE FRANÇAIS ET SOYEZ CLAIR !

Les erreurs d'orthographe paraissent très peu professionnelles sur un site d'entreprise. Aussi faut-il veiller à corriger toute erreur possible et à utiliser un langage clair et concis. Des amis, la famille ou des collègues peuvent parfois donner de précieux conseils et remarquer des coquilles que vous n'auriez pas vues ! Par ailleurs, évitez le jargon professionnel afin d'être accessible au plus grand nombre. La règle dans le domaine, c'est des titres courts et accrocheurs, une rédaction simple et une page d'accueil claire qui mène vers des pages avec des informations plus en profondeur au fur et à mesure de la navigation. Il s'agit là du concept de la pyramide inversée.

4. AFFICHEZ VOS COORDONNÉES

L'un des buts d'un site Web, c'est d'offrir ses services à la clientèle internaute. Le site agit à titre de carte professionnelle, ce qui accentue son importance. Assurez-vous d'afficher clairement vos coordonnées en mettant votre numéro de téléphone sur chaque page. Le contact est très important. Indiquez les coordonnées complètes et faites en sorte de disposer d'une adresse de courriel par laquelle il est facile de vous joindre.

5. FAITES DES MISES À JOUR RÉGULIÈRES

Quoi de plus frustrant que de tomber sur un lien brisé qui affiche un message du type « Error 404 » ! Veillez à ce qu'un spécialiste procède aux mises à jour qui s'imposent : vérification des hyperliens, actualisation des informations et retrait de celles portant sur des événements passés, une ancienne adresse ou des renseignements désuets sur la résidence. Il est important d'enrichir le contenu de façon continue avec une information mise à jour pouvant porter sur les activités de la résidence et les nouvelles qui s'y rattachent, par exemple.

6. DÉSIGNEZ UNE PERSONNE RESPONSABLE DU CONTENU WEB

Si vous n'avez pas les moyens de laisser des experts s'occuper de votre site, essayez à tout le moins de désigner une personne qui s'occupera de votre site Web pour faire les mises à jour qui s'imposent. Cette manière de procéder favorise par ailleurs une plus grande uniformité dans la présentation et le contenu.

7. VEILLEZ À ENREGISTRER UN FORT ACHALANDAGE

L'efficacité d'un site Web est directement proportionnelle à son achalandage. C'est pourquoi il faut en faire la promotion le plus possible, notamment en s'assurant que le site apparaît dans les moteurs de recherche (les mots-clés sur Google), en faisant de la publicité sur le Web ou tout simplement en saisissant toutes les occasions d'indiquer l'adresse du site (dans des courriels, sur les cartes professionnelles, etc.). Veillez également à faire le suivi de l'achalandage en évaluant le nombre de visiteurs du site et le temps qu'ils passent sur chacune des ▸

SOLUTIONS D'HYGIÈNE
pour un environnement sain

ENVIRO-TECHNIK

Plan d'hygiène personnalisé à vos besoins

Il suffit de consulter le plan d'hygiène *de l'établissement pour connaître le produit, la dilution, la méthode et la fréquence de nettoyage des différentes surfaces à nettoyer.*

Accessible, simple et rapide!

ENVIRONMENTAL CHOICE · CHOIX ENVIRONNEMENTAL

Prenez le Virage Vert à www.choisy.com

Une gamme complète de produits certifiés dans le cadre du programme Choix environnemental

Pour la désinfection des surfaces

Pour la prévention des infections

Choisy
SOLUTIONS D'HYGIÈNE

LABORATOIRES CHOISY LTÉE Louiseville (Québec) Canada J5V 2L7 • Tél. : 819 228-5564 / 1 800 567-2157 • Télécopieur : 819 296-2443 • www.choisy.com • Courriel : info@choisy.com

Chimie et biotechnologie au service de l'hygiène pour un environnement sain

pages. Cela fournit des indices précieux sur l'efficacité du contenu et permet d'apporter des améliorations au besoin.

8. FAVORISEZ L'AJOUT DE LIENS PERTINENTS ET ÉTABLISSEZ DES PARTENARIATS

Il est toujours intéressant de naviguer sur un site qui offre des pistes supplémentaires d'informations sur des sujets susceptibles d'intéresser la clientèle visée. Par exemple, intégrez des liens vers le milieu hospitalier ou d'autres ressources qui répondent aux questions sur les aînés. Vous pouvez également, pour améliorer le contenu de votre site, partager des liens avec le site d'autres entreprises, ce qui peut rapporter aux deux parties.

9. FAITES VALOIR L'ENVIRONNEMENT AUTOUR DE LA RÉSIDENCE

Près de quelles commodités votre résidence se trouve-t-elle ? Considérez qu'il s'agit d'un atout certain. Énumérez les services à proximité qui risquent de faire pencher la balance de votre côté quand il sera temps de prendre une décision finale sur l'hébergement (hôpital, caisse populaire et banques, cliniques, église, restaurants et boutiques, club de l'âge d'or, etc.)

10. EXPOSEZ-VOUS SUR LES PORTAILS D'HÉBERGEMENT POUR AÎNÉS

Des portails d'hébergement pour aînés offrent de nombreux services liés à la promotion des résidences. En plus d'être en tête de liste dans les moteurs de recherche, les portails d'hébergement offrent différents forfaits pour la conception de sites, de visites guidées sous forme de vidéo et d'annonces dans un bottin de résidences.

11. ADAPTEZ LE CONTENU À UNE CLIENTÈLE ÂGÉE

Eh oui ! Les aînés aussi sont de plus en plus fervents d'Internet et ils apprécieront sans doute l'attention particulière que vous aurez apportée à certains détails leur facilitant la lecture. En voici quelques-uns : bonne taille de caractères, contraste entre l'écriture et le fond, titres accrocheurs, phrases courtes et simples, police de caractères claire, pas d'italique, de texte souligné ni de majuscules et texte aéré.

12. FAITES UNE DESCRIPTION CLAIRE DES SERVICES OFFERTS

Une description globale des services offerts par votre résidence contribuera à éclairer un résident potentiel en vue de son choix final. Mentionnons, entre autres, le menu, le personnel infirmier, le nombre de chambres, les installations sanitaires, les activités offertes ou tout autre service proposé. Une description synthétique, dans le style d'une suite de points, a l'avantage d'être rapide à consulter et facile à comprendre.

SOURCES

Thomson, Andreas. « Attraction fatale : Votre site Web nuirait-il à votre entreprise ? ». *Magazine canadien de la petite entreprise.* Printemps 2007. Formula Media Group, Ontario : p. 18-19.

« I Hate My Website ! 10 Easy Ways to Improve Your Website ». Entrepreneur Media Inc. 2007, http://www.entrepreneur.com/magazine/entrepreneur/index.html.

« BDC Perspectives : Le site web, un incontournable en affaires » Sur le site de BDC : http://www.bdc.ca/fr/my_project/Projects/articles/web_traffic.htm?bPrintMode=1&iNoC=1.

TEXTE NANCY CAMERON
CRHA | Passion, expertise et solutions humaines
www.cameronrh.com | 1 877 883-3239

LE MANUEL DE L'EMPLOYÉ, UN ÉLÉMENT DE RÉTENTION !

Vous souvenez-vous de votre premier emploi et de votre première journée en poste ? Comment vous sentiez-vous ? Votre supérieur immédiat a-t-il pris le temps de vous expliquer en détail comment les choses fonctionnaient dans l'entreprise ? Avez-vous reçu un manuel de l'employé pour vous aider à vous intégrer à votre nouveau milieu de travail, ou avez-vous dû tout découvrir par vous-même ?

Fournir un manuel de l'employé au moment de l'accueil et de l'intégration d'un nouvel employé, dans un centre d'hébergement ou tout autre secteur d'activité, est l'une des activités essentielles suivant tout processus d'embauche. Quoique trop souvent négligé, le manuel de l'employé constitue généralement la première source d'informations sur le milieu de travail à laquelle ont accès les nouveaux employés. Cet outil s'avère d'autant plus important en ce contexte de rareté, où la main-d'œuvre est de plus en plus sensible aux influences externes, telles que les tendances du marché et la concurrence entre les entreprises. De ce fait, les employeurs n'ont maintenant d'autre choix que de définir, formaliser et diffuser leurs conditions de travail. N'oubliez pas toute l'énergie déployée pour acquérir votre nouvel employé !

> « Quoique trop souvent négligé, le manuel de l'employé constitue généralement la première source d'informations sur le milieu de travail à laquelle ont accès les nouveaux employés. »

En plus d'être un outil précieux visant la rétention du personnel, le manuel de l'employé constitue un outil de gestion particulièrement utile, puisqu'il permet aux employés de mieux connaître les attentes de la direction du centre d'hébergement. De fait, il facilite grandement le travail des gestionnaires. Mais surtout, il assure équité et rigueur dans l'application des règles de fonctionnement, des procédures et des conditions de travail, ce qui s'avère toujours très rassurant, et ce, tant pour les employés que pour les gestionnaires en place. De ce fait, la direction du centre d'hébergement démontre qu'elle se soucie de ses employés et qu'elle fait tout en son pouvoir pour établir une structure interne formelle, juste et cohérente.

L'IDÉE VOUS INTÉRESSE ? VOICI LE MODE D'EMPLOI EN 3 ÉTAPES :

1. Réfléchir à chacun des thèmes concernant les ressources humaines

La rédaction d'un manuel de l'employé nécessite une réflexion et divers questionnements sur chacun des éléments essentiels à communiquer aux employés. Lors de cette étape, il ne faut pas hésiter à consulter les gestionnaires, ainsi que des employés-clés, pour le choix des thèmes à inclure dans le manuel.

Voici un aperçu des thèmes que l'on trouve habituellement dans le manuel de l'employé :

- Message de la haute direction
- Historique et présentation du centre d'hébergement
- Mission, valeurs et attentes de la haute direction
- Organigramme
- Période d'essai et évaluation du rendement
- Horaires de travail
- Rémunération : politique de rémunération, révision salariale, temps supplémentaire, etc.
- Avantages sociaux : assurances collectives, régime collectif d'épargne-retraite
- Jours fériés
- Vacances
- Congés sociaux et pour événement familial
- Autres avantages (vêtements de travail, développement des compétences, etc.)
- Politiques du centre d'hébergement : confidentialité, relations interpersonnelles en milieu de travail, assiduité et ponctualité, utilisation des outils de télécommunication, drogues et alcool, déclaration des lésions professionnelles, entretien des lieux, mesures disciplinaires, moyens de communication, etc.
- Procédures de résolution de mésententes

2. Rédiger le manuel de l'employé

C'est la partie la plus longue du processus. D'abord, le manuel doit être rédigé en utilisant des termes simples et précis. Il faut toujours garder ▸

> « Les employeurs n'ont maintenant d'autre choix que de définir, formaliser et diffuser leurs conditions de travail. »

en tête que le manuel s'adresse d'abord et avant tout aux employés du centre d'hébergement. De plus, la rédaction sous forme positive doit être préférée à celle du style militaire. Ainsi, il est préférable de dire aux employés ce qu'ils doivent faire plutôt que ce qu'ils ne doivent pas faire. Aussi, afin de rendre la lecture plus personnalisée, il est intéressant d'utiliser les termes « vous » en s'adressant aux employés et « l'entreprise » pour désigner l'employeur.

Puis, il convient de s'assurer que les conditions de travail établies respectent bien les différentes lois en vigueur (Normes du travail, Code civil du Québec, Loi sur la santé et la sécurité du travail…). À cette étape, n'hésitez pas à recourir aux services de professionnels afin de valider la conformité de vos écrits.

3. Diffuser le manuel de l'employé à l'ensemble du personnel

Après ces travaux de réflexion et de rédaction, il s'avère toujours très agréable de présenter le nouvel outil de références à l'ensemble des employés. Au départ, il est essentiel que vos gestionnaires aient reçu un minimum d'information et de formation sur les raisons d'être, le contenu et la façon d'appliquer le contenu du manuel. Après tout, ils seront vos porte-parole auprès des employés. Par la suite, il faudra remettre une copie à chacun des employés à l'occasion d'une réunion générale, par petits groupes ou individuellement. Et pourquoi ne pas profiter de cette occasion pour créer un happening, un événement social à l'intérieur de votre organisation ?

Au moment de l'accueil et de l'intégration d'un nouvel employé, il s'avérera essentiel de lui présenter et de lui remettre le manuel dès les premiers jours. Nous vous recommandons aussi de faire signer un accusé de réception du document, qui sera la preuve que cet employé a bel et bien été informé des objectifs et règles du centre d'hébergement.

Ainsi, en vous dotant de politiques justes et équitables, vous contribuerez à maintenir un sentiment d'appartenance chez les employés actuels et futurs et faciliterez le travail de vos gestionnaires.

TEXTE DANIEL MAC BETH
Architecte | Ruccolo-Faubert Architectes
danielmacbeth@rfa-architectes.com | 514 527-1391

RÉSIDENCES POUR AÎNÉS ET RETRAITÉS
LES TENDANCES SE DESSINENT... EN ARCHITECTURE

En tant qu'architecte et partenaire privilégié ayant collaboré, avec mon équipe, à plus de 20 projets totalisant environ 3 000 unités pour différents promoteurs depuis les dernières années, il m'est possible de constater l'évolution de certaines tendances en architecture dans le milieu des résidences pour les aînés et les retraités.

AVANT TOUT, LES DÉFIS INHÉRENTS AU SITE

Chaque site offre des opportunités, mais comporte aussi des contraintes physiques (dimensions du site, vues, ensoleillement, topographie du terrain, accessibilité, etc.) et des contraintes réglementaires établies par la municipalité (usages permis, zonage autorisé, coefficient d'occupation du sol, hauteurs permises, matériaux autorisés, orientation stylistique, etc.). Les contraintes initiales de tout projet permettent à l'architecte de préciser les premières esquisses, et au promoteur de découvrir le potentiel d'exploitation du terrain.

Après l'analyse du site et l'étude de marché, les professionnels et le promoteur pourront élaborer plus précisément les caractéristiques et la spécificité du projet.

PUIS, LES TENDANCES SE DESSINENT

L'évolution constante du type de clientèle oblige les promoteurs à mettre à jour le produit qu'ils offrent. Voici quelques observations sur les tendances du moment :

La typologie et la superficie des unités

La typologie est dictée par l'étude de marché. Néanmoins, la demande semble privilégier les unités d'une chambre plutôt que les studios. Quant à la superficie des unités, elle a tendance à diminuer en milieu urbain, tandis qu'en région, les unités sont plus grandes. Il est évident que le ratio de la superficie des unités par rapport au coût du terrain a beaucoup d'impact afin de maintenir un coût d'achat ou de location acceptable. Toutefois, dans le futur, la tendance devrait favoriser les unités de plus grandes dimensions, considérant que le marché sera investi, à court terme, par les baby-boomers qui auront plus de moyens financiers et… beaucoup de meubles.

Le condominium ou le locatif

Dans le passé, les unités pour les aînés et les retraités étaient conçues exclusivement pour la location. Aujourd'hui, dans une même résidence, on trouve une certaine quantité d'unités offertes à la vente. Ceci entraîne plusieurs questions relativement à la localisation de ces types d'unités dans le complexe, à la gestion appropriée de chaque clientèle, à la spécificité du produit offert (typologie, superficie, finition intérieure), etc. En somme, cette tendance oblige à élaborer un produit propre à la vente.

Les unités de soins (B2)

De plus en plus de projets intègrent un pourcentage d'unités de soins répondant à la norme B2 afin de fournir à leurs clientèles la possibilité de demeurer dans leur résidence d'adoption malgré une perte d'autonomie. On y offre généralement un séjour de convalescence, un service de jour pour non-résidents et de l'hébergement approprié aux malades atteints de la maladie d'Alzheimer.

Ce défi supplémentaire pour les concepteurs en est un de taille puisque cela nécessite un accès distinct pour permettre aux ambulances de desservir ces unités de soins de manière appropriée et afin d'éviter le croisement des clientèles à l'intérieur du bâtiment. De plus, les exigences techniques pour répondre à la norme B2 (ventilation, électricité, largeur des corridors et des escaliers, etc.) sont plus importantes, d'où la nécessité de planifier dès le début du projet l'intégration de ces unités. La solution à privilégier serait de construire un bâtiment indépendant dédié exclusivement au B2 et relié par un corridor d'accès à la résidence principale.

Le stationnement

D'habitude, les règlements municipaux dictent le nombre de places de stationnement requis pour un secteur et une typologie de bâtiment. En ce moment, au Québec, peu de villes ont une réglementation qui s'applique aux résidences pour aînés. Souvent, les règlements des villes ont été pensés en fonction d'une clientèle active. Il est bien évident que cette exigence ne correspond pas aux besoins de notre clientèle. Les villes sont donc actuellement en train de réviser leurs règlements pour tenir compte de cette nouvelle réalité; certaines l'ont même déjà fait.

Trois tendances se dessinent : la première prévoit un ratio de 0,8 place de stationnement par unité, la deuxième prévoit un ratio de 0,25 place de stationnement par unité et la troisième, la plus radicale, un ratio de 0 place de stationnement par unité (par exemple, dans l'arrondissement du Plateau-Mont-Royal).

Actuellement, le défi pour les promoteurs consiste à répondre aux attentes de nouveaux résidents ayant une voiture et désirant la mettre

à l'abri des intempéries. Mais il n'est pas rare que la situation évolue rapidement et que les résidents se départissent de leur véhicule au fur et à mesure que leurs habitudes de vie changent. En raison du coût élevé de construction d'une place de stationnement souterraine, une décision réfléchie s'impose dès le départ. Notre expérience nous démontre qu'environ 0,3 place de stationnement par unité serait le ratio qui refléterait le mieux la réalité après quelques années de fonctionnement de la résidence.

Les services communautaires
La plupart des résidences offrent des services de base, notamment une salle à manger avec service aux tables, une salle communautaire et un bureau polyvalent à l'usage de l'infirmière et du médecin.

Certaines résidences offrent en plus à leur clientèle un dépanneur avec comptoir pharmaceutique, un salon de coiffure et d'esthétique, un comptoir bancaire, une salle à manger privée, un salon à chaque étage, une salle de cinéma, une bibliothèque et une salle d'exercices. À cette liste peuvent s'ajouter une chapelle, un service de buanderie et de nettoyage à sec, une piscine intérieure avec spa, des bains thérapeutiques, un café bistro, un salon privé, une salle de billard, une allée de quilles, une salle multimédia, des salles de cours et de loisirs, un centre de bureautique et un service de conciergerie.

Dans les années à venir se développeront tous les services axés sur le bien-être des usagers, par exemple, des parcours d'exercice intérieurs et extérieurs, un centre de santé (massages, soins des pieds, etc.). À cela s'ajouteront possiblement un minicentre des congrès, des locaux réservés à la peinture, au bricolage, à la menuiserie, etc. Des choix sont à faire, compte tenu de la nécessité de rentabiliser ces espaces.

Le style et l'intégration architecturale
Un style architectural est certainement dicté par une évolution dans les goûts d'un public de plus en plus exigeant. Il est aussi tributaire de la volonté des autorités municipales d'adapter la réglementation aux ambitions du promoteur et de son architecte. À cela s'ajoute, en milieu urbain, la tendance architecturale de plus en plus recherchée de l'harmonisation avec le milieu construit.

Les balcons et la fenestration
Considérant que le souhait général est d'avoir un balcon privé, la tendance est de fournir une loggia, par exemple un grand balcon cloisonné avec un garde-corps vitré, ce qui permet d'allier clarté et intimité. Une autre tendance est le balcon de type français, comme une porte battante vitrée munie d'un garde-corps, ce qui permet une vue dégagée de l'extérieur tout au long de l'année.

En ce qui concerne la fenestration, la notion tendance est la lumière naturelle. Il est important et même essentiel de maximiser la grandeur des fenêtres tout en maintenant des parties ouvrantes de dimensions raisonnables pour en faciliter l'ouverture et l'entretien.

Les ascenseurs
La tendance est de prévoir plus d'un groupe d'ascenseurs en fonction de la dimension des étages afin de limiter les distances d'accès aux appartements et d'offrir des parcours de rechange en cas de bris ou d'entretien d'un équipement.

DÉFINIR UNE TENDANCE, UN DÉFI

La prudence est de mise avec les tendances, puisqu'elles représentent, la plupart du temps, l'anticipation d'un besoin et non un besoin réel signifié par la clientèle. Avec l'évolution constante des besoins et attentes des générations à venir, de nouvelles tendances apparaîtront et les projets prendront de nouvelles formes. Nécessairement ?

FORUM QUÉBÉCOIS SUR L'INVESTISSEMENT MULTIRÉSIDENTIEL

Le mardi 19 février 2008 a eu lieu le Forum québécois sur l'investissement multirésidentiel. Parmi les conférences au programme, l'une d'entre elles portait sur les logements pour personnes âgées. La conférence s'intitulait « Nouvelles occasions en aménagement multirésidentiel : Intérêt croissant envers les baux fonciers et innovations en matière de logement pour personnes âgées et d'achat à long terme ». L'animatrice était Heather Kirk, vice-présidente Financement des sociétés, Financière Banque Nationale inc. Elle détient une expérience de plus de dix ans sur les marchés des capitaux des secteurs de l'immobilier.

TROIS CONFÉRENCIERS ÉTAIENT PRÉSENTS

Zave Aberman, président-directeur général, Zaveco ltée, une compagnie qui exerce ses activités depuis plus de 30 ans dans le développement de propriétés résidentielles et commerciales dans le sud-est des États-Unis pour des entreprises qui appartiennent à des autorités financières et privées.
Jean-François Gilbert, directeur et consultant sénior en immobilier, Groupe Altus, groupe de services-conseils pluridisciplinaires en immobilier au Canada. Depuis 2001, il est dans la division « Recherche – Évaluation et services-conseils ».
Mark Hansen, vice-président associé, Exploitation, CAP REIT (Canadian Apartment Properties Real Estate Investment Trust). Il est responsable de 1 260 unités situées au sud de l'Ontario qui totalisent 75 millions de dollars

Tout d'abord, rien de nouveau sous le soleil en ce qui a trait aux facteurs de succès d'une résidence : un site sécuritaire et près de services, une offre diversifiée d'unités et de tailles d'unités qui répond aux besoins des clients actuels et futurs, des employés chaleureux et courtois, une ambiance stimulante et, enfin, le programme de crédit d'impôt pour le maintien à domicile.

De cette conférence, retenons tout particulièrement l'intervention de Jean-François Gilbert, qui a apporté une information propre au marché des résidences du Québec. En ce qui concerne les tendances du modèle dominant de ce marché, le conférencier a mentionné l'importance d'offrir des aires communes bien dimensionnées et éclairées et une gamme élargie de services, de personnaliser les relations avec les clients, de les maintenir actifs et de les garder dans la résidence même si leur niveau d'autonomie diminue un peu (une à deux heures de soins par jour).

Durant la période de questions, Heather Kirk a demandé quels seraient les effets des condos sur le secteur des résidences pour personnes âgées. Voici ce que Jean-François Gilbert a répondu : « Au Québec, on commence à voir certains projets avec des composantes condos relativement bien réussis », en autant que ces projets de condos autonomes soient situés dans un emplacement où il n'y a pas de composantes locatives pour retraités et qu'il y ait des services. Il a également ajouté que si ces projets sont bien intégrés à la trame urbaine, cela pourrait avoir des effets sur d'autres projets. En termes d'acquisition, M. Gilbert a ajouté que les produits de meilleure qualité ont été acquis par les principaux joueurs et qu'il y a eu une incursion dans ceux de taille moyenne, notamment au Saguenay et à Trois-Rivières. Les projets sont bien situés et ont le plus souvent des composantes condos. Les retraités ne veulent pas gruger leurs capitaux. Avec les taux d'intérêt actuels, l'accès à la propriété est selon lui une stratégie intéressante. Dépassé l'âge de 75 ans, les propriétaires peuvent ensuite être locataires.

Heather Kirk a également demandé aux conférenciers quelle était leur perception de la profondeur du marché au Québec. M. Gilbert a répondu qu'il s'agit d'une niche de marché, des logements où les locataires ont un certain âge. Il a ajouté la nécessité d'être préparé aux rigueurs de ce marché : « Il faut être bien aguerri avant de se lancer, mais cela peut être couronné de succès. » Il a appuyé ses propos en donnant l'exemple de Castel Royal, dans la municipalité de Côte-Saint-Luc, dans l'ouest de l'île de Montréal.

Le directeur et consultant sénior du groupe Altus a toutefois relevé la possibilité de problèmes en ce qui concerne les unités aux étages supérieurs chez une partie de la clientèle âgée : « Les gens ont le vertige, ils n'ont pas l'habitude de vivre dans un immeuble de 12, 13, 15 étages… Dans certains secteurs, c'est plus risqué. »

Enfin, voyons ce que M. Gilbert a présenté sur le contexte actuel du marché et ses perspectives :

- La croissance de l'offre fragilise les produits de première et deuxième générations, entraînant des augmentations de taux de vacance dans ces catégories d'actif;
- Le programme d'accréditation provinciale pourrait avantager les nouvelles résidences;
- La croissance de la demande est en baisse et le sera jusqu'en 2010-2015 (ce qui correspond à la baisse du taux de natalité de la dépression des années 1930);
- La bonne performance de l'économie dynamise le marché de la revente de maisons existantes, ce qui stimule les personnes de 60 ans et plus à modifier leur mode d'habitation;
- La période d'absorption des nouvelles unités s'accroît : des moments difficiles s'annoncent pour les projets mal localisés et ayant une mauvaise association d'unités;
- Le taux global d'actualisation (TGA) et les taux de rendement interne avant financement (TRI) ont terminé leur période de compression : pour un produit de qualité desservant une clientèle autonome, bien localisé, en béton et pas trop âgé, les TGA oscillent entre 7,5 % et 8 %. À ce jour, aucune transaction de RPA n'a montré un TGA inférieur à 7,5 % au Québec et inférieur à 7,23 % ailleurs au Canada.

RICHARD PERREAULT
IMMOBILIER

RÉSIDENCE VENDUE DERNIÈREMENT
RÉSIDENCE ANGE-MARIE

La résidence Ange-Marie est un établissement de 26 chambres situé à Saint-Jérôme. Elle est destinée à une clientèle semi-autonome et en légère perte d'autonomie.

Tour d'horizon certification

Comme vous le savez tous, le Règlement sur les conditions d'obtention d'un certificat de conformité de résidences pour les personnes âgées est entré en vigueur le 1er février 2007. La date butoir pour se conformer aux exigences de la certification est le 1er février 2009. Où en est-on en ce printemps 2008 ?

Notre spécialiste des résidences Johanne Cottenoir suit de près ce dossier chaud. En allant puiser ces renseignements tirés du site du ministère de la Santé et des Services sociaux du Québec, elle a recensé le nombre de résidences par région qui ont passé avec succès le test des exigences de la certification et qui sont maintenant officiellement certifiées. Cette liste date du 15 mai 2008, donc d'autres résidences auront sans doute été certifiées au moment de la publication de ces pages.

Liste des résidences qui ont obtenu la certification

Auberge Joie de vivre,	Jonquière	Manoir Jeanne L'Archevêque,	Nicolet
Centre aide hébergement régional Alzheimer,	St-Charles-de-Bourget	Manoir St-Damien,	St-Damien-de-Buckland
Centre Curé-Larochelle inc.,	St-Odilon-de-Cranbourne	Marronniers (Les),	Lévis
Centre d'Hébergement de Nicolet,	Nicolet	Plein d'Amour,	Magog
Centre d'hébergement Désyré-Pit,	Saint-Séverin	Résidence Bishopton,	Dudswell
Château Pierrefonds,	Montréal	Résidence Château du Bel Âge,	Windsor
Foyer Annie,	Lac-Mégantic	Résidence Christ-Roi,	Shawinigan
Foyer chez Françine,	Lac-Mégantic	Résidence de la Providence,	Lachute
Gestion Par-Audet inc.,	Saint-Isidore	Résidence Duvernay,	Saint-Jérôme
La Berceuse d'Or,	Saint-Eustache	Résidence Estelle,	Saint-Jérôme
La Villa de Vos Joies, S	hawinigan-Sud	Résidence Francine et Maurice Caissy-Cyr,	Sainte-Thérèse
Le Cherbourg,	Brossard	Résidence Galante,	Saint-Charles-Borromée
Le Manoir Painchaud,	Saint-Eustache	Résidence Harmonie-Soleil,	Mont-Laurier
Le Riverain,	Lotbinière	Résidence Jacques-Cartier Sud Inc.,	Saint-Jean-sur-Richelieu
Les Habitations du Buton inc.,	St-Paul-de-Montminy	Résidence Kennedy,	Pintendre
Les habitations Sanscartier,	Gatineau	Résidence La Belle Villa,	Saint-Jérôme
Les Jardins de la Falaise,	Sainte-Marie	Résidence La Seigneurie Arthur Beauséjour,	Joliette
Les Jardins Laviolette inc.,	Trois-Rivières	Résidence les Beaux jours inc.,	Ste-Marthe-sur-le-Lac
Les Jardins Logidor,	Québec	Résidence Lucia,	Laval
Les Résidences Des Chênes,	Shawinigan	Résidence Maison Ginette Marsolais,	Terrebonne
Les Résidences Desjardins Boisbriand,	Boisbriand	Résidence Marie-André,	Saint-Jérôme
Les Villas St-Georges,	Victoriaville	Résidence Mimosa,	Laval
L'Oasis Belle-Vie,	Deschambault-Grondines	Résidence Notre-Dame,	Victoriaville
Maison le Phare,	Jonquière	Résidence Portland,	Sherbrooke
Maison Melior,	Cowansville	Résidence Vivre en harmonie,	Saint-Raphaël
Maison Soleil,	Sainte-Thérèse	Séjour Marie-Soleil,	Bois-des-Filion
Manoir Centre-Ville,	Sainte-Marie	Villa D'Alma,	Alma
Manoir cinq saisons,	Dolbeau-Mistassini	Villa d'Accueil St-Bernard,	Saint-Bernard
Manoir de la Giraudière,	Laval	Villa des Chutes,	Dolbeau-Mistassini
Manoir de l'Amitié,	St-Gédéon-de-Beauce	Villa des Sable,	Jonquière
Manoir des grands-parents,	Saint-Eustache	Villa Laurence,	Laurier-Station
Manoir du Picardie,	Mont-Laurier	Villa Saint-Ambroise,	Saint-Ambroise

Pour voir des rapports des visites d'appréciation de la qualité des services pour les CHSLD ainsi que les RI-RTF visités, rendez vous à l'adresse suivante : http://www.msss.gouv.qc.ca/sujets/organisation/visites_appreciation/visites.php.

UN MANUEL DE L'EMPLOYÉ À CRÉER EN LIGNE

Pour ceux qui ont lu l'article sur le manuel de l'employé et qui souhaitent avoir de l'aide en ligne pour rédiger leur version, rendez-vous sur le site de TECHNOCompétences à l'adresse http://technocompetences.qc.ca. Vous y trouverez un outil de création de manuel de l'employé et de l'employeur à télécharger. On vous guide pas à pas à chacune des étapes menant à sa création, chaque point et module contenant les éléments principaux à intégrer et des exemples concrets.

TECHNOCompétences, Comité sectoriel de main-d'œuvre en technologies de l'information et des communications, est financé par ses partenaires de l'industrie et par Emploi Québec.

Programme d'assurance

Centres d'hébergement, d'accueil et résidences pour personnes âgées
Pertes d'exploitation – responsabilité civile et professionnelle – couvertures étendues

J.P. Mallette & associés inc.

Cabinet en assurance de dommages
et de services financiers

Un programme sur mesure

Depuis 30 ans, *J.P. Mallette* offre un programme qui a été spécialement conçu pour des établissements comme le vôtre. Afin de répondre à des besoins sociaux spécifiques reliés au vieillissement de la population, nous avons tout particulièrement perfectionné un produit d'assurance fait sur mesure pour les centres d'hébergement et de soins de longue durée, centres d'accueil et résidences pour personnes âgées.

Nos plans de groupe sont adaptés à la réalité spécifique de votre secteur d'activité. Nous vous offrons notamment une protection en matière de responsabilité professionnelle qui répond spécifiquement aux exigences de vos activités.

Les meilleures garanties du marché

- Assurance des biens, formule étendue, sans règle proportionnelle
- Assurance Responsabilité civile générale
- Assurance Responsabilité professionnelle
- Assurance Responsabilité civile complémentaire
- Assurance Responsabilité pour administrateurs et dirigeants
- Assurance Bris de machines
- Et plusieurs autres couvertures qui sauront répondre à vos besoins…

Et plus encore !

Nos 30 années d'expérience nous ont permis de développer une expertise sans pareille dans le milieu de l'assurance.

J.P. Mallette : le courtier par excellence qui saura répondre à tous les besoins spécifiques de votre établissement.

Contactez-nous pour de plus amples renseignements, nous nous ferons un plaisir de répondre à vos questions le plus rapidement possible :

J.P. Mallette & associés inc.
Gérard Lamarche C.d'A. Ass.-T.P.I., *Président*
404, boulevard Décarie, bureau 100
Saint-Laurent (Québec) H4L 5E6

Téléphone : 514 744-3300 Sans frais : 1 800 344-3307 Télécopieur : 514 744-3095

Lombard Canada®

Le PARCOURS SANTÉ®

Conçu spécialement pour les 50 et plus. Douze stations-exercices autonomes certifiés Kino-Québec permettant de progresser à son rythme●

INVESTISSEMENT : 46 000 $
EMPLACEMENT EXTÉRIEUR : 40′ X 60′

PHOTOS : COURTOISIE VILLE DE JOLIETTE

DCOM # 653

GO-ÉLAN
fabricant d'équipements pour aires de jeux
1-888-878-3431 WWW.GOELAN.COM