

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC

MÉMOIRE PRÉSENTÉ À
L'UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À TROIS-RIVIÈRES

COMME EXIGENCE PARTIELLE
DE LA MAÎTRISE EN SCIENCES DE LA GESTION

PAR
ALBAN BOMISSO

CULTIVER LE SENTIMENT D'APPARTENANCE ET LA RÉPUTATION DES PME
GRÂCE À L'USAGE DES RÉSEAUX SOCIAUX

OCTOBRE 2023

Université du Québec à Trois-Rivières
Service de la bibliothèque

Avertissement

L'auteur de ce mémoire ou de cette thèse a autorisé l'Université du Québec à Trois-Rivières à diffuser, à des fins non lucratives, une copie de son mémoire. Cette diffusion n'entraîne pas une renonciation de la part de l'auteur à ses droits de propriété intellectuelle, incluant le droit d'auteur, sur ce mémoire. Notamment, la reproduction ou la publication de la totalité ou d'une partie importante de ce mémoire requiert son autorisation.

SOMMAIRE

Alors que les réseaux sociaux prennent une ampleur fulgurante dans notre société, les PME ne peuvent plus se passer de ces plateformes numériques. L'objectif principal de l'étude est d'explorer le sentiment d'appartenance généré par les PME sur les réseaux sociaux et comprendre si cela affecte leur réputation. Les interventions en numérique font régulièrement l'objet de réaction de la communauté virtuelle. Il convient, par conséquent, de questionner le fonctionnement de ces communautés. Notre regard s'est porté sur les phénomènes qui ont une incidence sur le sentiment d'appartenance et la réputation. L'utilisation de la netnographie a été appréhendée en raison de son aisance, mais aussi de son importance pour le marketing et l'analyse des communautés virtuelles. Au cours de la présente étude, nous avons observé et recueilli différents commentaires sous les publications de 10 PME actives sur les réseaux sociaux. Les résultats de notre étude permettent de mieux comprendre l'impact du sentiment d'appartenance sur la réputation des entreprises. Ce qui pourrait aider à améliorer la communication et la gestion de l'image de l'entreprise des gestionnaires des réseaux sociaux.

MOTS CLÉS : netnographie, communauté virtuelle, sentiment d'appartenance, réputation

TABLES DES MATIÈRES

SOMMAIRE	i
TABLES DES MATIÈRES	ii
LISTE DES TABLEAUX	iii
LISTE DES FIGURES	iv
LISTE DES ABRÉVIATIONS	v
REMERCIEMENT.....	vi
INTRODUCTION.....	7
CHAPITRE 1 : DÉMARCHE THÉORIQUE ET CONCEPTUELLE	10
1.1 PROBLÉMATIQUE ET OBJECTIFS	10
1.2 CONCEPT DU SENTIMENT D'APPARTENANCE.....	12
1.3 CONCEPT DE RÉPUTATION	14
1.4 CONCEPT DE COMMUNAUTÉS VIRTUELLES	16
1.5 COMMUNAUTÉS VIRTUELLES ET CRÉATION DE VALEUR	17
1.6 COMMUNAUTÉS VIRTUELLES, TIERS LIEUX ET CRÉATION DE VALEUR.....	19
CHAPITRE 2 : OBJECTIF ET PROPOSITIONS	21
2.1 EXPLICATION DE L'OBJECTIF	21
2.2 PROPOSITION ET PERTINENCE DE L'APPROCHE CHOISIE	22
2.3 DÉMARCHE D'ENSEMBLE	24
CHAPITRE 3 : MÉTHODOLOGIE.....	25
3.1 LA NETNOGRAPHIE	25
3.2 CHOIX DE L'ÉCHANTILLON.....	27
CHAPITRE 4 : DÉROULEMENT ET ANALYSE DE L'ÉTUDE	31
4.1 DÉROULEMENT.....	31
4.2 ANALYSE.....	32
4.3 DISCUSSION	36
CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS.....	41
RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES.....	44
ANNEXE 1 : LES COMMENTAIRES DES DIX PME.....	48

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 : Les critères de choix des communautés.....	28
Tableau 2 : Caractéristiques des PME choisies	29
Tableau 3 : Récapitulatif des données observées du mois de juin à août 2022	31
Tableau 4 : Les verbatims	32
Tableau 5 : Grille de synthèse d'analyse	33
Tableau 6 : Synthèse des appréciations	39

LISTE DES FIGURES

Figure 1 : Démarche d'ensemble	24
--------------------------------------	----

LISTE DES ABRÉVIATIONS

FAQ	Foire Aux Questions
OI	Organisation Internationale
ONG	Organisation Non Gouvernementale
PME	Petites et Moyennes Entreprises

REMERCIEMENTS

Je tiens tout d'abord à remercier Léo Trespeuch, mon directeur, pour son soutien sans failles et ses précieux conseils face à mes nombreuses incertitudes.

Un merci particulier à ma mère, Kouadio Jeanne Yvonne. Sa patience et son soutien m'ont permis d'être dans un cadre d'étude agréable. Je tiens aussi à saluer l'encouragement de mon amie Kamagaté Yawa, le soutien de mes frères, sœurs et amies qui ont été toujours présents de près ou de loin.

Ensuite, j'aimerais remercier tous les membres du jury; madame Cécile Fonrouge et monsieur Thang Le Dinh qui m'ont fait l'honneur de consacrer leur temps à évaluer soigneusement mon travail.

Toute contribution au bien-être des hommes résulte de la présence divine et cette divinité mérite honneur, respect et louange. Merci mon Dieu.

INTRODUCTION

Comment entretenir le sentiment d'appartenance et la réputation chez les clients d'une PME à travers les réseaux sociaux ? L'utilisation d'Internet a atteint une proportion significative au Canada, dans la mesure où elle facilite l'accès aux réseaux sociaux « *les médias sociaux étaient utilisés régulièrement par environ 9 Canadiens de 15 à 34 ans sur 10, 8 Canadiens de 35 à 49 ans sur 10 et 6 Canadiens de 50 à 64 ans sur 10* » (statistique canada 2021).

L'idéal est de travailler avec les clients. Il est évident qu'il faut associer les clients et prendre en compte toutes leurs attentes. Toutefois, cette démarche n'est souvent pas facile à réaliser. Cette ère des mégadonnées a donné lieu à des changements importants dans la gestion, l'organisation et la technologie (Dam, Dinh et al. 2022).

Sur les nouveaux outils du digital, nous remarquons une piste qui pourrait nous intéresser, notamment les communautés présentes sur les réseaux sociaux. Celles-ci permettent à l'entreprise et à ses clients de partager un socle de valeurs communes.

L'objectif principal de notre étude est d'explorer le sentiment d'appartenance généré par les PME sur les réseaux sociaux et comprendre si cela affecte sa réputation.

Au départ, se trouve le sentiment d'appartenance qui est un élément de plus en plus important au sein des entreprises, particulièrement des PME. Il s'agit d'opinions communes partagées par une entité (marque), une personne morale (entreprise) ou une personne physique (particulier) souvent appelée capital social. L'appartenance est constituée d'informations, d'avis, d'échanges, de commentaires, de rumeurs sur une marque (Guilbert 2005). En effet, elle correspond à l'identité et à la réputation de cette marque ou de cette personne associée à la perception que les consommateurs se font. Dans le jargon web, on parle de notoriété électronique. Selon Provot (2016), la réputation permet

de créer la confiance, de fidéliser les clients, d'attirer les investisseurs. C'est un jugement collectif fondé sur ce que vous dites et sur ce que les autres disent de vous car il est composé des parties prenantes externe et interne (employeur, fournisseur, partenaire ...) (xerficanal). La réputation est l'ensemble des avis, des commentaires, des informations et rumeurs qui se font sur le net et qui influencent les consommateurs. C'est un atout de différenciation dans l'environnement commercial. La réputation est liée à la notoriété de l'entreprise, c'est un élément essentiel du management de l'entreprise (Boistel 2008).

Cette réputation, qui pourrait constituer un facteur de différenciation et présenter un avantage concurrentiel dans le cas des PME, a deux dimensions :

Il s'agit d'une dimension statique et institutionnelle. L'appartenance concerne à ce niveau la gestion de l'identité et les valeurs fondatrices. Celles-ci sont créés à travers une stratégie globale et grâce à des outils spécifiques de présentation pour l'entreprise afin de pérenniser cette identité. Il s'agit d'une dimension dynamique et interactive. L'appartenance ici n'est ni figée ni stable. Elle se construit, se forge par des actions et des réactions sur le marché (Belleguic, Coutard et Douehi 2011). Elle se façonne alors par la mise en place d'éléments positifs et par la surveillance d'éléments négatifs. Ici interviennent les communautés et les communautés électroniques. L'innovation technologique centrée sur l'activité principale des PME répond à l'innovation organisationnelle centrée sur la façon dont les activités de ses PME sont menées (Fonrouge 2008).

Une définition vulgarisée du sentiment d'appartenance est celle que donne Bathelot en ces termes : « le sentiment d'appartenance mesure l'attachement et la reconnaissance ressentis à l'égard d'une communauté » (Le Fèvre-Berthelot 2015).

Plusieurs incertitudes, incompréhensions ou controverses ont récemment accompagné le concept d'appartenance sociale. L'appartenance n'est cependant pas le fait de se trouver dans un groupe, elle implique plutôt une identification personnelle par

référence au groupe (Mucchielli 2006). Ce qui nous conduit à poser les bases du questionnement autour de ce travail.

Première incompréhension : le sentiment d'appartenance ne signifie pas bonne réputation. En réalité, il s'agit de l'image impulsée, véhiculée ou subie par une entreprise, une marque, un particulier ou un produit. Cela signifie que la réputation de l'entreprise est considérée étant bonne ou mauvaise, selon le contenu présent sur les différents supports.

Seconde incompréhension : l'appartenance est sanctionnée par les clients et non par l'entreprise elle-même. Ce n'est donc pas à l'entreprise de juger de sa réputation mais plutôt aux visiteurs, clients et consommateurs qui commandent ou ne commandent pas, plébiscitent ou non un produit ou une marque.

Il existe peu de recherches effectuées en ce sens et moins encore dans le domaine du media social.

En effet, il manque de matériels et d'éléments probants, comme dans la pratique empirique pour relier précisément les décisions des internautes-clients au sentiment d'appartenance. Cette situation pose la question des enjeux autour des communautés en ligne et leur impact sur la réputation de l'entreprise. La réputation produit-elle de la performance ?

Cette recherche présente un intérêt certain, car un nouveau contexte apparaît autour de l'analyse du sentiment d'appartenance. Comment construire un sentiment d'appartenance et comment évaluer son apport sur la performance du social media marketing et business véritable de la PME ?

À ce propos, les entreprises sont de plus en plus présentes et actives sur les réseaux sociaux. Elles construisent des communautés virtuelles sur les réseaux locaux. Il est question dans ce travail de déterminer les avis des autres acteurs à propos des entreprises

sur les réseaux sociaux et de voir comment ces contenus communautaires peuvent affecter positivement ou négativement l'entreprise. Ainsi, l'entreprise pourra déterminer en amont les mesures à prendre pour agir sur sa réputation.

CHAPITRE 1 : DÉMARCHE THÉORIQUE ET CONCEPTUELLE

Ce premier chapitre pose les fondements théoriques du travail. Nous proposons la définition des concepts, des grilles d'analyses, la problématique et ses propositions expliquées.

Les grilles d'analyses sont des constructions théoriques qui permettent de modéliser le problème étudié afin de mieux l'appréhender. Pour un problème touchant un phénomène à observer dans une approche interdisciplinaire, il est intéressant de pouvoir disposer de plusieurs angles d'attaque théoriques reposant sur des paradigmes différents mais complémentaires. Ce travail s'appuie ainsi sur trois concepts : le sentiment d'appartenance, la réputation et la communauté de réseau social.

1.1 PROBLÉMATIQUE ET OBJECTIFS

Le questionnement de ce mémoire se décline de la manière suivante : **Dans quelle mesure les communautés des réseaux sociaux peuvent renforcer le sentiment d'appartenance à une PME et contribuer à sa réputation ?**

Une telle problématique fait ressortir deux enjeux :

- Un premier enjeu est d'ordre théorique. Il consiste à relever les déterminants chez les entreprises, de l'adhésion ou non aux valeurs de l'entreprise.
- Un second enjeu repose sur le cas des communautés en ligne et leur action pour développer le sentiment d'appartenance. Il consiste à décrire,

expliquer et tenter de comprendre les avantages et les limites de ces communautés, dans une logique ultime de performance économique.

Deux dimensions seront alors associées à cette problématique et vont constituer les axes de recherche de cette étude.

- Une dimension digitale (quels outils web pour favoriser le sentiment d'appartenance ? Quelles utilisations ? Quelles innovations ?)
- Une dimension marketing et réputationnelle (quelle visibilité obtenue ? Quelle notoriété ? Quelle image ? Quels effets inattendus ?)

Pour chacune des dimensions, nous analyserons les opportunités et les difficultés.

L'objectif de cette recherche est alors double :

- Premièrement, il est nécessaire d'expliquer ce qui peut faciliter l'adhésion ou non à l'imaginaire autour d'une PME (donc le sentiment d'appartenance autour d'une PME). Parmi ces moyens, le recours aux communautés des media sociaux semble être un facteur déterminant. Il sera étudié afin de comprendre comment le sentiment d'appartenance construit en ligne par le PME peut créer un essor auprès des consommateurs.
- Deuxièmement, nous évaluerons les opportunités et les risques ou défis afin d'identifier la posture idéale de manière à obtenir durablement une réputation positive.

Pour atteindre ces objectifs de recherche, nous suivrons les contours de l'analyse. D'abord, proposer un cadre théorique qui permet de saisir les grilles d'analyses conceptuelles de la question de sentiment d'appartenance, de communauté de réseau social et de réputation numérique. Une section est consacrée à l'explicitation de la problématique et à l'énoncé des propositions. Ensuite, nous abordons la doctrine à travers une revue de littérature qui analysera, à l'aide des différents concepts et courants, la question de réputation numérique. La méthodologie permettra ensuite de décrire les outils exploités et les données recueillies afin d'exposer le cadre de l'enquête. Enfin, à travers la netnographie, nous proposons une analyse empirique de la question des communautés des réseaux sociaux en ligne, avec une interprétation et une mise en perspective.

1.2 CONCEPT DU SENTIMENT D'APPARTENANCE

Le sentiment d'appartenance se construit, peu à peu, par le partage avec d'autres entreprises ou marques avec des réalités, valeurs ou des objectifs similaires. Il aide à forger son identité et donne envie de donner le meilleur de soi-même et de se sentir fier de faire partie d'un groupe (Cesbron 2021). L'appartenance n'est pas cependant le fait de se trouver dans un groupe, puisqu'on peut s'y trouver sans le vouloir. Elle implique une identification personnelle par référence au groupe (Mucchielli 2006). En effet, le concept d'identité et celui de sentiment d'appartenance sont souvent utilisés par des populations pour qualifier leur attachement à un territoire qu'elles habitent ou d'une communauté dont elles font partie (Simard 1999). Il s'agit donc d'un concept fondé sur la confiance qui existe entre nous et les autres.

Sentiment d'appartenance : utilité et mode de construction

Il est admis que le sentiment d'appartenance est une réalité sociale présente dans plusieurs domaines d'activités humaines pour lesquels il est utile d'en faire usage pour obtenir des résultats salutaires. Dans le domaine du marketing communautaire et de la démarche de fidélisation à l'égard d'une marque par exemple, il est nécessaire de faire

prévaloir le sentiment d'appartenance. Une marque peut de ce fait chercher à développer le sentiment d'appartenance avec la communauté pour favoriser la fidélisation de ses derniers (Le Fèvre-Berthelot 2015). Le sentiment d'appartenance peut jouer également un rôle fédérateur des énergies citoyennes dans un État. Dans le cas présent, il s'agit d'un instrument moins onéreux et très efficace, en particulier pour les États en pleine crise financière (Simard 1999). Car le partage d'une même réalité et de valeurs ou d'objectifs communs qu'ils créent devient un terrain favorable à la résilience. En effet, c'est parce qu'ils ont quelque chose en commun et qu'ils en sont conscients que les parties prenantes vont s'engager sur une action commune (Moquay 1998). L'appartenance à une communauté est certes difficilement mesurable et quantifiable mais elle demeure un sentiment essentiel qui confère fierté et responsabilité à l'individu. De nombreuses expériences montrent que les opinions et attitudes d'un individu dépendent de celles de son entourage. Une célèbre expérience essaie de démontrer cette dépendance, des jugements individuels par rapport aux jugements collectifs (Sherif 1936). On peut donc soutenir qu'appartenance et identité locale sont à la base de l'implication citoyenne de la personne dans sa communauté (Coutu et Murray 2005). Par ailleurs, l'interrogation de l'identité et la projection d'identité communautaire n'auraient aucun impact si elles ne prenaient pas appui sur la donnée première et sur la réception préalable d'un sentiment d'appartenance (Audi 2016).

Ce sentiment d'appartenance peut se construire par l'usage d'un ton ou vocabulaire propre à la langue (Buffat 2014). Le sentiment d'appartenance est une construction graduelle. Il nécessite alors une bonne qualité d'interactions avec les personnes et contribue au fait qu'on se sent bien et qu'on a conscience de sa valeur au sein d'un groupe. Toutefois, si une part de responsabilité relève du milieu qui vous accueille, l'autre part dépend de vos attitudes et de vos efforts d'intégrations (Centre d'Orientation et de Consultation Psychologique de l'Université Laval, 2005). Le sentiment d'appartenance nécessite donc beaucoup d'efforts et de temps pour le construire. Cependant, il peut facilement s'effriter lorsqu'il provoque la création d'un sous-groupe à l'intérieur de la communauté qui le partage (Buffat 2014).

En effet, la fragilité des liens sociaux tissés virtuellement est dénoncée par certaines analystes qui estiment que lorsqu'une amitié est créée via un lien électronique, elle reste étrangement éphémère. Cette approche du sentiment d'appartenance virtuelle estime même que c'est presque une énigme de constater un tel décalage entre l'attestation de liens forts et l'infidélité à ceux-ci dans le temps (Auray 2003).

1.3 CONCEPT DE RÉPUTATION

Apparue avec Internet et optimisée par le boom de l'utilisation des médias sociaux, la réputation virtuelle est devenue un enjeu de positionnement tant social, politique que d'affaires (Belleguic, Coutard et al. 2011).

Dans le monde, les entreprises ou les institutions, OI, ONG, hommes politiques poursuivent désormais un même combat de présence et de réputation sur le digital. Les absents ou les non-actifs perdent la bataille qui se joue dans les toutes premières pages de Google, consultées par 90% des Français et 91% des Canadiens, selon statistique Canada.

La place convoitée dans les premiers résultats du moteur se paie au prix de l'élaboration d'une véritable stratégie d'occupation des terrains Web 2.0. Les maîtres-mots sont : interactivité, participation, partage. Il s'agit pour les entreprises d'entretenir et maîtriser une relation avec leurs consommateurs sur les réseaux sociaux.

Le digital est moins perméable à la publicité corporative. Le schéma est plus direct : *« ceux-ci s'expriment, donnent leurs avis, aiment être consultés, comparent et statuent en temps-réel, surtout à la lumière des recommandations émises par d'autres « amis virtuels », véritables leviers d'adhésion ou de rejet. Les anciens paradigmes marketing ont ainsi bien vite été sacrifiés sur l'autel de la logique numérique »* (Bellevue, Coutard et al.2011, p4).

« Un modèle de l'identité se façonne ou s'« informe » (au sens étymologique du latin informare, « donner forme » par l'habitude du corps à interagir avec le dispositif, dans un processus de modelage et remodelage » (Georges, F. 2009, p.1).

Cette identité numérique est un phénomène sociotechnique dévoilé grâce à la communication numérique et les premiers aspects de profils d'internautes sur le web (Georges 2009).

L'objet de ce travail est d'analyser les communautés virtuelles à travers une réflexion sur leur impact sur le sentiment d'appartenance et la réputation en ligne. La reconnaissance identitaire comme la photo, le sexe, l'âge ou la profession caractérise les personnes sur les réseaux (Cardon Dominique 2008, p.93).

La réputation numérique est différente de l'identité numérique. En parlant de communautés électroniques, il faut distinguer l'identité numérique et la réputation numérique.

La réputation numérique concerne cependant tout ce qui se dit sur et autour de l'entreprise en ligne. Que ces informations soient le fait de l'entreprise elle-même ou pas du tout, la plupart du temps, il est question de ce que les autres (notamment les internautes) pensent de l'entreprise.

« L'identité numérique est présentée comme un ensemble de transpositions graphiques, sonores et visuelles de représentations en pensée. Elles ont pour fonction technique l'identification et la mise en relation d'un individu avec la communauté. » (Georges, F. 2015, p3).

Selon (Pauquerot, Queffelec et Al. 2011), la réputation se construit grâce à des signaux émis, des expériences que chaque partie prenante a vécues. La réputation en ligne peut inclure des articles de presse, des articles de blog, des profils de médias sociaux, des

sites de recherche de personnes, des archives publiques, des articles de Wikipédia et diverses autres sources. La réputation en ligne est ainsi la combinaison de tous les contenus et commentaires publiés sur Internet d'une entreprise ou d'une marque.

1.4 CONCEPT DE COMMUNAUTÉS VIRTUELLES

Ce sera la deuxième grille de l'analyse. La définition qui retient le plus l'attention est celle qui décrit les communautés virtuelles comme une structure sociale où les consommateurs et les entreprises sont organisés par un commerce électronique de manière à faciliter les échanges (informations, produits et services). La clientèle génère beaucoup de données en interagissant sur les plateformes numériques qui sont une source précieuse de connaissances pour améliorer les décisions en matière de commercialisation des produits et services (Dam, Dinh et al. 2022). Le jeu et le combat de la réputation en ligne, tisser la toile du rapprochement avec le consommateur est plus que bénéfique (Bremer 1993). Mark Zuckerberg (2011), le fondateur de Facebook, le rappelait encore lors du premier e-G8 Forum des 24 et 25 mai 2011 : « La recommandation d'un produit ou d'une marque par des amis est plus efficace qu'une publicité traditionnelle » (Deschamps, F., 2011).

L'analyse publiée par Syncapse en juin 2010 sur une vingtaine de marques précisait que les fans de la page Facebook de Nike dépensaient 2,5 fois plus que les non fans.

Il est important pour l'entreprise de se rapprocher de ces populations afin de déterminer leurs caractéristiques, leurs attentes, afin de prévoir et d'anticiper leurs réactions.

Traditionnellement, les externalités sont au cœur du questionnement sur les décisions des organisations et donc également des entreprises. Rappelons que globalement les économistes et sociologues désignent par « externalité » ou « effet externe » « *le fait que l'activité de production ou de consommation d'un agent influence le bien-être d'un*

autre sans qu'aucun des deux n'ait été consulté ou ne reçoive ou paye une compensation pour cet effet » (Berta, 2008, p12). L'externalité peut être positive ou négative. Cette notion a été initialement développée par (Viner 2016).

L'analyse des externalités dans le domaine de l'appartenance pour la réputation permettra de mieux comprendre les effets et bénéfices indirects ou inattendus générés sur l'entreprise ou la marque par les avis des internautes.

L'idée de l'émergence des communautés virtuelles comme espaces de rencontre est ici mise en exergue. Les communautés virtuelles deviennent des lieux d'échanges et donc de culture commune. Une communauté comme celle des utilisateurs de WordPress regroupe des dizaines de milliers de membres qui donnent des avis quotidiennement sur diverses fonctionnalités des produits de WordPress.

Un tel regroupement, au-delà du contenu des avis, peut devenir source de bénéfices potentiels en termes de notoriété pour la marque (Oldenburg 1999). Oldenburg (1999) parle ainsi des bienfaits plus nobles qu'espéré, générés par les espaces de rencontre (comme ces espaces de communautés d'utilisateurs) qu'il qualifie de « greater goods ». Dans cette représentation, la communauté d'utilisateur devient un « tiers lieu » au sens d'Oldenburg et revêt une fonction « sociale », c'est-à-dire un espace communautaire qui permet en définitive le développement d'un esprit démocratique par la mise en place d'un environnement favorable aux échanges et au débat public (Oldenburg 1999).

1.5 COMMUNAUTÉS VIRTUELLES ET CRÉATION DE VALEUR

Les avis des consommateurs en ligne affectent-ils la demande des entreprises ?

Luca (2011) a étudié cette question pour le cas spécifique des restaurants. Il s'est appuyé sur un nouvel ensemble de données combinant les avis du site Web Yelp.com et les données des restaurants du département du Revenu de l'État de Washington.

Comme Yelp affiche bien en évidence la note moyenne arrondie d'un restaurant, l'auteur a pu identifier l'impact causal des notes Yelp sur la demande grâce à un cadre de discontinuité de régression qui exploite les seuils d'arrondi de Yelp. Les communautés virtuelles constituent un vrai modèle économique remarquable dans l'ère technologique actuelle (Benghozi 2006).

Cinq résultats concernant l'impact des avis des consommateurs sur l'industrie de la restauration ont alors été mis en évidence :

- Une augmentation d'une étoile de la note Yelp conduit à une augmentation de 5 à 9 pour cent des revenus,
- Cet effet est induit par les restaurants indépendants ; les notes n'affectent pas les restaurants affiliés à une chaîne.
- La part de marché des chaînes de restaurants a diminué à mesure que la pénétration de Yelp a augmenté. Cela suggère que les avis de consommateurs en ligne se substituent à des formes de réputation plus traditionnelles. On teste ensuite si les consommateurs utilisent ces avis d'une manière cohérente avec les modèles d'apprentissage standard.

En outre, Luca (2011) présente deux découvertes supplémentaires :

- Les consommateurs n'utilisent pas toutes les informations disponibles et sont plus réactifs aux changements de qualité qui sont les plus visibles.
- Les consommateurs réagissent plus fortement lorsqu'une note contient plus d'informations. La réponse des consommateurs à la note moyenne d'un restaurant dépend du nombre d'avis et du fait que les évaluateurs sont certifiés « élite » par Yelp, mais n'est pas affectée par la taille du réseau d'amis Yelp des évaluateurs (Luca, M. 2011).

1.6 COMMUNAUTÉS VIRTUELLES, TIERS LIEUX ET CRÉATION DE VALEUR

Comme nous l'avons indiqué, créer et contrôler une communauté pourrait être la meilleure façon pour l'entreprise de déployer un ORM pertinent. L'espace virtuel permet de créer des communautés et des liens sociaux avec des personnes, peu importe leur emplacement géographiques (Addeo, Paoli, Esposito et Bolcato.2019). Effet, pour réduire l'imprévisibilité du web, une marque ou une entreprise gagnerait à organiser ses utilisateurs autour d'un espace communautaire (Perrin et Aguiléra 2017). Des similitudes peuvent être dessinées entre ces espaces communautaires (communauté d'utilisateurs destinés à recueillir des communautés électroniques) avec la notion de tiers lieux (Benghozi 2006).

Le troisième lieu, selon Oldenburg (1989), désigne les espaces dans lesquels les personnes peuvent se rencontrer, se réunir et échanger de manière informelle. Plusieurs lieux correspondent à cette description (pubs anglais, parcs, biergarten allemands, festival, stades modernes, etc.).

En évoquant les contours doctrinaux et opérationnels des tiers lieux, certains analystes insistent d'emblée sur l'aspect « utile ». Ils regroupent ainsi, dans une certaine conception, où de nouvelles méthodes de travail sont possibles, rencontre, échange, divertissement ou création : jardins partagés, espaces de coworking, télécentres, fablabs, ressources (Perrin and Aguiléra 2017).

Les communautés d'utilisateurs qui émettent des avis en ligne numériques peuvent être considérées comme des tiers lieux en ligne. En effet, la communauté d'utilisateurs regroupe des individus sans frontières qui expriment des opinions et ce faisant, peuvent échanger, dialoguer, etc. Cet espace permet de nouvelles formes d'échanges pour en faire des coins d'émancipation, des lieux d'inclusion et des zones d'apprentissage autour des services de l'entreprise. Sur ce dernier point de l'apprentissage, on peut dire que les idées créatives sont le plus souvent générées à partir d'une interaction régulière et répétée entre

une ou plusieurs intelligences ouvertes et distinctes qui critiquent mais aussi proposent (Brodie, Juric et Hollebeek. 2013).

La plateforme d'avis numérique devient ainsi un point de rassemblement communautaire et un espace de socialisation. Au-delà des avis, on y trouve des questions, des conseils, des échanges, des propositions ou simplement un fou rire.

Il appartient à l'entreprise de se poser en modérateur naturel de ces communautés électroniques : répondre aux avis critiques, mais aussi susciter le débat, anticiper les remarques et les questions, proposer un FAQ (foire aux questions), se montrer disponible, convivial et transparent.

C'est un modèle économique qui est incontestablement et porteur de valeur d'après leac (2015).

Au final, cette dimension de socialisation confère une image d'ouverture et de partage à la marque, une image humaine et démocratique qui va séduire les internautes.

CHAPITRE 2 : OBJECTIF ET PROPOSITIONS

2.1 EXPLICATION DE L'OBJECTIF

Notre travail consiste à savoir si les évolutions connues au sein du sentiment d'appartenance sont de nature à affecter ou non l'entreprise et surtout si elles sont de nature à affecter sa réputation.

Dans quelle mesure les communautés virtuelles (précisément ceux des réseaux sociaux) peuvent renforcer le sentiment d'appartenance à une PME et permettre d'atteindre la réputation ?

Un tel objectif s'attache directement à trois axes, qui sont :

- **Axe 1 : une dimension réseau social**
- **Axe 2. Une dimension réputationnelle**
- **Axe 3. Une dimension du sentiment d'appartenance**

Pour chacune des dimensions, nous analyserons les opportunités et les difficultés.

En conséquence, il s'agit de se poser la question déterminant la pertinence et l'utilité des communautés basée en ligne pour le marketing et la réputation d'une entreprise. Pour le déterminer, il conviendra naturellement de questionner le cadre et les

conditions de la mise en place de ces espaces d'utilisateurs ; en d'autres termes, le processus et même.

les conditions préalables possibles, que ce soit l'infrastructure, les ressources ou même la participation commerciale.

De plus, le questionnement porte également sur les conditions de réussite, c'est pour cette raison que les communautés virtuelles ont de l'influence ou affectent les résultats de l'entreprise. Un enjeu de pérennité et de durabilité est ici posé. Enfin, la qualité des messages et de l'image véhiculée par l'entreprise sera questionnée et évaluée.

2.2 PROPOSITION ET PERTINENCE DE L'APPROCHE CHOISIE

Nous pouvons à présent formuler, à travers des propositions, des pistes de réponse à la question de recherche (et ses trois déclinaisons). Chacune des propositions est une réponse possible à chacun des axes du questionnement précédemment exposé. Nous livrons l'énoncé puis l'explication de la proposition. Les propositions seront plus tard confrontées aux observations afin de les valider ou de les rejeter.

Les propositions sont les suivantes :

Première Proposition :

Les communautés basées sur les réseaux sociaux sont caractérisées par la perception et le service.

Bruzina et wilshire (1982) définissent la technologie comme une action fabriqué et guidé clairement par la science depuis plusieurs années. Elle est également le processus ou

le produit de l'accomplissement de l'acte du savoir qui appartient essentiellement à la science (Ingold 2010).

Deuxième propositions :

Le sentiment d'appartenance stimule le consommateur vers les PME.

La consommation permet de maintenir le pouvoir d'achat qui suscite une expérience au produit (Holbrook and Hirschman 1982). Le sentiment d'appartenance des consommateurs résulte de l'expérience interactive des communautés, il engage une fidélité et une satisfaction (Brodie, Ilic et al. 2013).

Troisième proposition:

La réputation des PME est liée à l'animation de la communauté (Cardon 2011). Cela a mené à un changement dans la pratique entre les utilisateurs et les PME. Hugon (2011) définit la communauté comme un événement qui transforme la vie en un lien social fort, partagé activement, par le biais de formes de fusion actuelles et voluptueuses.

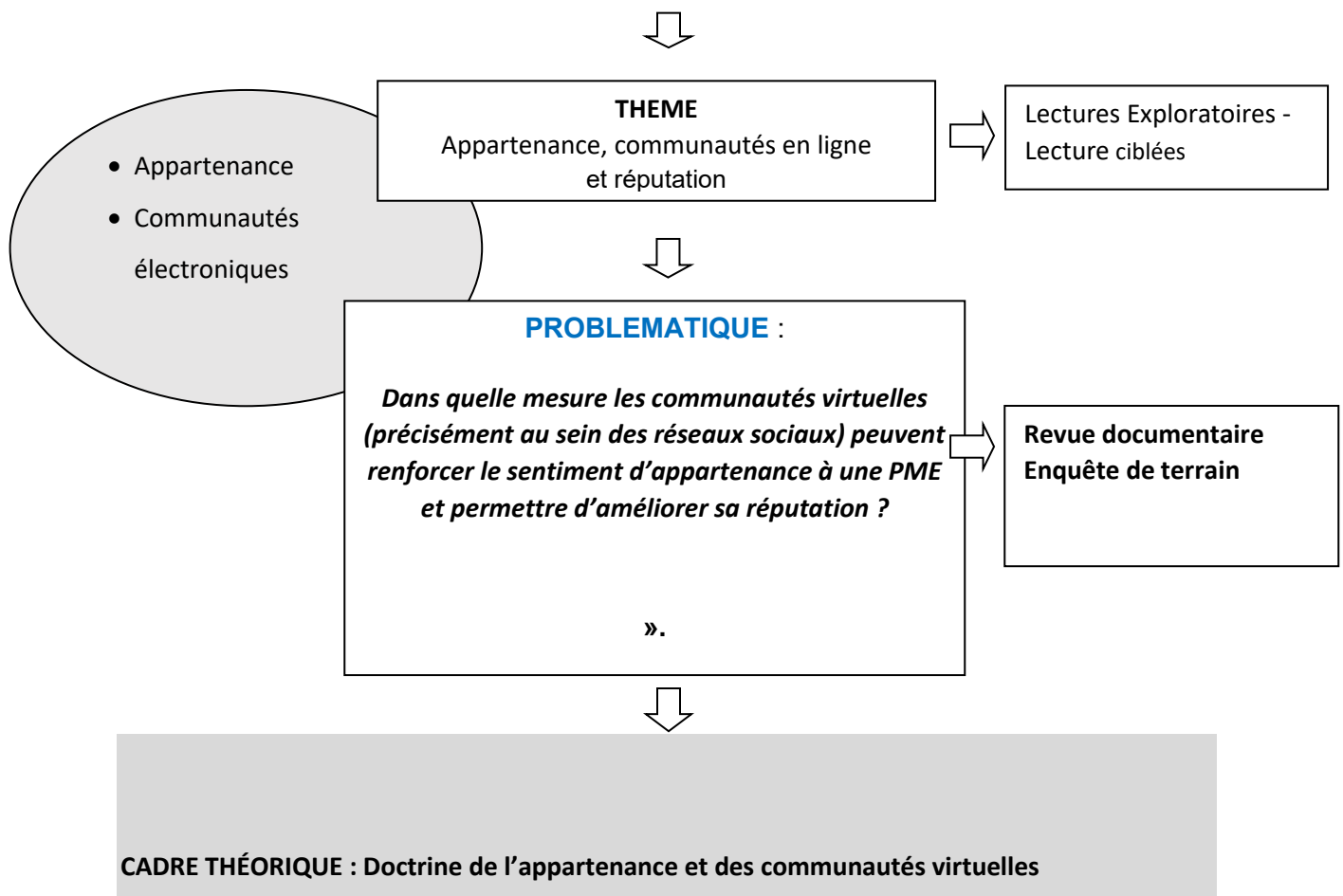
Une communauté en ligne désigne un groupe de personnes dont les intérêts, les valeurs ou les buts sont communs. Ils interagissent régulièrement via les plateformes en ligne telles que les réseaux sociaux, les forums de discussions, les salons de discussion, les blogs, etc. Les membres de la communauté en ligne peuvent être dispersés sur le plan géographique et faire partie de différents groupes démographiques, mais ils communiquent en ligne pour échanger des idées, des renseignements et des expériences. Les communautés en ligne peuvent s'appuyer sur une variété de thèmes, comme les loisirs, l'éducation, la santé, la spiritualité, la technique, etc (Hugon 2011)

Dans le même ordre d'idée, les auteurs (Souto, Rita et al. 2018) affirment que la communication de la marque est absolue pour sa pérennité ; cela l'aide dans son positionnement également, dans sa perception cognitive envers le consommateur; cet impact facilite les ventes.

2.3 DÉMARCHE D'ENSEMBLE

Présentons en schématisant la démarche d'ensemble (construction logique) que va suivre cette réflexion dans la présente étude.

Figure 1 : Démarche d'ensemble



Première proposition : Les communautés virtuelles sont caractérisées par la perception et le service.

Deuxième proposition :

Le sentiment d'appartenance stimule le consommateur vers les PME.

Troisième proposition:

La réputation des PME est liée à l'animation de la communauté.

CHAPITRE 3 : MÉTHODOLOGIE

Dans le cadre du présent travail, nous avons opté pour une approche qualitative. En effet, nous privilégions ici cette approche car elle est la mieux indiquée pour comprendre en profondeur un phénomène. Elle a consisté à recueillir des données numériques ainsi que des images et des données verbales permettant une démarche interprétative (Aubin-Auger, Mercier et al. 2008). En outre, en raison de la spécificité de notre étude, nous avons choisi la netnographie exploratoire, l'objectif étant la recherche et la compréhension du sentiment d'appartenance vu sous l'angle des relations entre les PME et les communautés virtuelles. Cette méthode développée par Kozinets (2007, 2002) permettra d'ailleurs d'observer et analyser les réactions sociales dans la communauté numérique, la population cible. Il convient dès lors de présenter cette méthode.

3.1 LA NETNOGRAPHIE

La netnographie a été développée par (Kozinets 2002) en tant que technique de recherche sur le marketing en ligne. C'est une nouvelle méthode de recherche qualitative qui consiste en une transposition de l'ethnographie en ligne. Cette technique de recherche en marketing utilise les informations disponibles sur internet afin d'identifier et comprendre les influences et les besoins qui motivent la décision d'acheter sur internet (Almquist et Roberts 2000, p, 18; tiré de Kozinets, 2002). Ces actions peuvent être l'envoi de courriers électroniques, de messages postes sur un forum, d'échanges dans un chat (Bernard 2004).

Cette méthode a ses avantages et ses limites. Au niveau des avantages, elle permet non seulement un accès facile à la communauté et aux données, mais également de retranscrire des données automatiques tout en supprimant les barrières temporelles mais elle présente des limites. En fait, il ne permet pas de vérifier l'information partagée par les membres de la communauté et le chercheur qui l'utilise doit faire preuve d'empathie et l'observation.

La netnographie est une méthode dont le chercheur observe durant plusieurs périodes un groupe social privilégiant les interactions entre individus (Kozinet, 2002).

Selon Kozinet (2002), la netnographie se pratique en quatre étapes :

- La première étape consiste à faire une entrée qui a pour base de définir une question de recherche claire et spécifique, tout en filtrant les communautés sociales. Il est indispensable de choisir les communautés qui interagissent fréquemment et qui comptent plusieurs membres actifs;
- La deuxième étape consiste en la collecte de données, qui est l'action d'interactions textuelles entre les membres de la communauté ;
- La troisième étape permet d'analyser et réaliser le codage
- La quatrième étape est le processus de validation des participants et l'éthique de la démarche, mais cette démarche est facultative.

Dans le cadre de cette recherche, nous avons opté pour une analyse exploratoire du contenu numérique, nous avons ciblé le réseau social Facebook. Étant donné que notre étude n'est qu'en ligne, la méthode appropriée est une pure netnographie. D'après Addeo,

Paoli, Esposito et Bolcato (2019) Une recherche purement netnographique est basée sur des données générées à partir d'interactions en ligne.

3.2 CHOIX DE L'ÉCHANTILLON

Pour mener cette étude, dix entreprises PME et leurs pages Facebook ont été sélectionnées selon les critères suivants :

- Plus d'interactions sous les publications Facebook des PME
- Le nombre d'abonnés sur la page Facebook des PME
- Nombre important des publications.

La PME se définit comme étant une entité détenue par ses propres patrons qui risquent dans leurs affaires, leurs propres capitaux. Ils exercent dans ces affaires une administration et une technique affectives qui ont des contrats directs et affectifs avec leurs personnels (Lelarge 1998).

Il faut cependant remarquer que la définition de la PME peut varier d'un pays à un autre. Selon Statistique Canada, les PME ont moins de 100 employés, cela inclut les sociétés qui ne signalent pas leurs employés. Les moyennes entreprises emploient entre 100 et 499 personnes et les grandes entreprises comptent 500 personnes ou plus.

À partir de ces critères et la stratégie d'accès, qui se définit comme : « *accès caché ou rodage : le chercheur observe de manière invisible la communauté sans informer les gens de la recherche et de la présence du chercheur au sein du groupe avec des implications éthiques connexes ; accès manifeste : le chercheur informe les membres de la communauté de la recherche et demande leur consentement* » (Addeo, Paoli, Esposito et Bolcato.2019, p20). Dix des plus grandes communautés virtuelles ont été sélectionnées sur Facebook et leurs pages grâce à l'action du rodage.

- Rien ne se perd tout se crée;
- Marée chandelles
- Vignoble Val Caudalies
- Houblon des jarrets noir
- La boucanerie Del tonio
- Bleuetiere Marland
- Ferme Horticole gagnon
- Ranch Dupont
- Ferme Simon Fortin Inc.
- Camping Le Chevalier.

Par conséquent, notre analyse qualitative est fondée sur des données provenant des pages Facebook des PME québécoises.

Cette méthode qualitative semble pertinente en ce qui concerne l'étude des communautés virtuelles (Trespeuch, L. et Robinot, É, 2023).

S'agissant de sélection de la communauté, la spécificité de notre recherche exige l'identification de profils, pages à forte affluence de publications et d'interactions. L'aptitude générale des internautes à interagir les uns avec les autres et à faire part de leurs avis sur un produit, sur la plateforme est une mine pour les chercheurs (Trespeuch L. et Robinot, É, 2023). Il faut que ces communautés aient plusieurs membres actifs et présentent les données les plus riches liées à notre problème de recherche. Pour ce faire, nous avons initialement opté pour un réseau social marqué par un haut niveau d'interactions entre utilisateurs et l'existence de nombreuses PME ciblées par nos efforts. Il s'agit de : Facebook.

Les publications que nous analyserons seront des publications à fort taux d'interactions.

Tableau 1 : Les critères de choix des communautés

Nombre d'abonnés	Minimum 4000
Nombre d'interactions/ publications	En moyenne 30 interactions/semaine
Nombre de publications / semaines	En moyenne 5 publications/mois

Nous avons donc examiné le réseau social Facebook pour sélectionner les communautés qui répondent à ces critères. Nous collecterons ensuite les données au cours du mois de septembre manuellement sous chaque publication des PME.

Nous nous sommes donc penchés sur les réseaux sociaux pour sélectionner les communautés qui satisfont aux précédents critères choisis. Un tableau d'échantillonnage a été réalisé grâce à une observation non participative sur le réseau social Facebook durant trois mois (de juin à août). Ce qui nous a permis de quantifier le nombre d'abonnés, le nombre moyen des publications et d'interactions (tableau 2).

Tableau 2 : Caractéristiques des PME choisies

Réseau social	PME	Nombre d'abonnés	Nombre moyen d'interactions / publications	Nombre moyen de publications / mois
Facebook	Rien ne se perd tout se crée	40,8k	23	41
	Marée chandelles	24,3k	22	58
	Vignoble Val Caudalies	4,4k	11	3
	Houblon des jarrets noir	13k	30	8
	La boucanerie Del Tonio	13,2k	115	6
	Bleuetiere Marland	16,7k	34	8
	Ferme Horticole Gagnon	6,5k	25	4
	Ranch Dupont	17k	72	5
	Ferme Simon Fortin Inc.	4,5k	72	5
	Camping Le Chevalier	16,1k	22	7

Collecte de données

Les données sont disponibles pour la collecte.

« Ainsi, après avoir effectué la collecte de verbatim, nous proposons des outils s'appuyant sur des logiciels pour quantifier des tendances issues de ces données » (Trespeuch, L. et Robinot, É, 2023, p9). Les données comprennent tous les renseignements que le chercheur peut recueillir sur le Web et qui ne sont pas le fruit de sa participation (Perren et Kozinets, 2018). Notre travail fait donc partie de ce protocole de collecte de données.

Pour pouvoir identifier les PME, nous avons identifié certaines PME et avons utilisé le moteur de recherche de Facebook proposé pour permettre la recherche des PME qui ont une interaction intense. L'observation nous a permis de choisir les différentes entreprises et de compiler 297 publications.

CHAPITRE 4 : DÉROULEMENT ET ANALYSE DE L'ÉTUDE

4.1 DÉROULEMENT

Dans ce chapitre, il nous semble donc pertinent de présenter à la fois la façon dont se sont déroulé la collecte de données et l'obtention du résultat.

La netnographie préconise une approche participante ou non participante (Kozinet, 2009). Dans cette étude, le choix est porté sur une approche non participante (netnographie pure) avec les communautés observées, pour éviter de biaiser les données collectées. Cette étape a permis de nous familiariser avec les différentes pages Facebook des entreprises étudiées et de savoir comment elles fonctionnent. L'observation non participante a permis de constater les principales activités mises en évidence (publications de photos, de nouvelles, d'informations,) et s'est accompagnée d'une collecte de commentaire. Nous avons recueilli 756 commentaires sur 329 publications des dix PME sélectionnées afin de les ranger dans un tableau Excel pour calculer la moyenne des commentaires et l'écart type.

Nous avons récapitulé les données recueillies dans le tableau 3 ci-dessous.

Tableau 3 : Récapitulatif des données observées du mois de juin à août 2022

PME	Nombre de publications	Nombre d'interactions
Rien ne se perd tout se crée	124	2882
Marée chandelles	67	3899
Vignoble Val Caudalies	9	103

Houblon des jarrets noir	23	700
La boucanerie Del Tonio	18	2073
Bleuetiere Marland	23	775
Ferme Horticole Gagnon	11	275
Ranch Dupont	17	742
Ferme Simon Fortin inc	16	1159
Camping Le Chevalier	21	463
Total	329	13071

4.2 ANALYSE

Afin de répondre à la question de recherche suivante « **Dans quelles mesures les communautés virtuelles peuvent renforcer le sentiment d'appartenance à une PME et contribuer à la réputation ?** »

Nous allons sélectionner les éléments suivants pour le sentiment d'appartenance : communication et fiabilité. En ce qui concerne le comportement des consommateurs, nous conserverons l'élément suivant : engagement envers la firme. Les informations inscrites dans le tableau, les verbatims ont été sélectionnés de façon aléatoire parmi 13071 commentaires de la communauté électronique et les thèmes correspondant à notre cadre de recherche.

Tableau 4 : Les verbatims

Thème	Verbatims
L'influence de la confiance envers l'entreprise pour ces propositions de service et marchandise vendue.	<p>« Salut à vous tous, bonne semaine !! Très hâte de revoir tous ces amours choyés par des gens dévoués. »</p> <p>« C'était notre première visite hier et ce ne sera pas la dernière assurément. Nous avons adoré. Félicitations à vous deux et toute votre équipe. »</p> <p>« Bière pizza au top pour une 1ère ce soir pour nous ! Merci on reviendra »</p> <p>« Je me suis gâtée on est tellement bien dedans j'ai tellement hâte de pouvoir la mettre »</p> <p>« Vos chandelles sont mes préférées ! Un véritable coup de cœur Ma commande est faite ! »</p>

Co création. La communication en vue d'influencer le comportement des consommateurs.	<p>« J'aime les 2 mais je préfère encore plus celui avec la petite jupe. Vous avez de très belles chose »</p> <p>« Elle est jolie mais ressemble à celle que j'ai achetée l'an dernier »</p> <p>« Excellent vins, et le vermouth un délice, ont vas retourner vous voir en Septembre »</p> <p>« Très bel endroit et belle ambiance ! Très hâte d'y retourner ! »</p>
Extimité (le consommateur augmente la confiance en la PME)	<p>« Fin de semaine de Dunham ça vous tentes tuuuu »</p> <p>« C'est ça que je parlais au tennis qu'on devrait alle »</p> <p>« Moi j'y vais ce soir avec le garage »</p> <p>« Mon petit-fils me disais dans l'auto en revenant, les bébés raton laveur on n'est pas supposer jouer avec ça comme les enfants fessais en, il va mourir »</p> <p>« J'aimerais bien revenir faire une visite avec ma famille »</p>

Les résultats de l'analyse thématique révèlent une influence de la confiance de la communauté électronique à l'égard des PME. Nous citons par exemple : « Salut à vous tous, bonne semaine !! Très hâte de revoir tous ces amours choyés par des gens dévoués ». Les communautés virtuelles ont un véritable attachement aux PME, par exemple : « *Vos chandelles sont mes préférées ! Un véritable coup de cœur Ma commande est faite ! Tellement hâte ! C'est toujours un immense plaisir de passer chez vous !* ».

Ainsi, cette performance des PME a un lien avec l'animation de la communauté virtuelle, en prenant ces verbatims pour exemple : « *J'aimerais bien revenir faire une visite avec ma famille. Moi j'y vais ce soir avec le garage. C'est ça que je parlais au tennis qu'on devrait aller* ».

Tableau 5 : Grille de synthèse d'analyse

PME	Parle de soi	1	2	3	4	5	Parle de l'entreprise
Rien ne se perd tout se crée		6	10	49	17	17	
Marée chandelles	=	9	16	26	10	5	
Vignole val caudialies		0	2	26	12	12	

Houblon des jarets noir	17	0	18	11	27
La boucanerie Del Tonio	55	0	10	19	15
Bleuetière Marland	36	0	7	17	24
Ferme Horticole Gagnon	10	0	0	14	26
Ferme Simon Fortin Inc.	35	0	8	1	7
Camping Le Chevalier	48	0	7	17	13
Ranch Dupont	47	3	11	12	24
Total	263	31	162	134	170
Moyenne	5,6				
Écart type	3,817				

Les résultats de notre analyse thématique (tableau 5) révèlent un fort sentiment d'appartenance à l'égard des PME. Le sentiment d'appartenance des consommateurs (communauté virtuelle) aux PME a une incidence sur leur réputation. Cette atmosphère conviviale favorise ainsi un fort attachement aux PME.

Nous avons distingué deux catégories de valeur dans les échanges : la valeur « parle de soi » et la valeur « parle de L'entreprise ». Ces catégories ont permis de classer les échanges entre les communautés virtuelles et les PME selon des axes différents.

Concernant la valeur « parle de soi », notre analyse a révélé deux sous-catégories. Ils correspondent aux principales dimensions que nous avons identifiées dans le cadre théorique et qui sont dérivées de messages principalement mis en ligne par les clients qui s'identifient à l'entreprise.

En ce qui concerne la valeur « parle de L'entreprise », le contenu sert à encourager les PME et les féliciter pour leurs résultats. On a tenu compte des échanges et classé les réactions selon ce qu'ils expriment.

Au niveau virtuel, nous remarquons que les clients ont trouvé un espace d'échange, d'expériences avec les PME. Les clients posent directement des questions aux PME, ils font part de leurs doutes, de leurs attentes, de leurs satisfactions et de leurs insatisfactions. Cependant en ce qui concerne les questions, nous relevons majoritairement les mêmes préoccupations sur Facebook. Chaque gestionnaire de page Facebook des PME répond aux diverses questions des membres de la communauté. Les gestionnaires des communautés virtuelles entretiennent une relation particulière avec ces membres afin de garder de meilleur rapport et être attentif à leurs besoins. Nous avons pu relever certaines réponses des clients : « merci pour la photo », « Bonjour Linda ! Non, pas tout de suite car elle fera partie de la collection automne-hiver 2023-2024. Elle sera disponible autour de la mi-juillet. Merci! » ou encore « Merci Danielle d'être une aussi bonne ambassadrice! ». Selon ce que nous avons observé, la communauté virtuelle était en mesure de s'exprimer et les gestionnaires des pages Facebook effectuaient vraiment un travail de suivi d'information afin de tenir compte de leur besoin car cette communauté possède un pouvoir d'influence.

Ce fonctionnement peut se rapprocher de la communication symétrique bidirectionnelle de Grunig.

Sur le plan d'appartenance à la communauté, nous avons remarqué que les clients utilisent plus le terme « nous » et « on » dans les messages postés sous les différentes publications des PME (« Nous l'avons aperçu hier elle était couchée très proche de sa maman. Superbe ranch la propriétaire très sympathique. Je vais y retourner »). L'engagement des membres de la communauté virtuelle se manifeste le plus souvent par une remise suite à sa propre expérience avec le service ou la qualité de l'article acheté: « On va peut-être pouvoir le voir au camping en fds », « Nous avons toujours bien de plaisir à y aller de soir! Jean-François Bolduc on pourrait y aller 2 fois » et « Peux-t-on profiter de la vente à distance ».

Le choix de s'exprimer sur Facebook a permis d'envoyer une invitation (« Vicky Dupuis pour notre fds tu amèneras le stock d'hockey au gars »). Également encourager un ami a acheté un article (« Je l'ai trouvé très confortable et elle fait très bien. ») ou de partager une information avec les internautes (« J'adore tous vos vêtements tellement confortable et unique »), *«la compréhension du parcours client en ligne permet de concevoir des points de contact stratégiques pour créer la confiance et améliorer la relation avec les visiteurs»* (Dam, K., El Ourabi, H., Le Dinh, T., Menvielle, W., Trespeuch, L., Zouiten, S. 2022, p5).

En effet, la communauté virtuelle poursuit sa recherche de relations entre elle et les PME. Le sentiment d'appartenance généré par les réseaux sociaux répond à un besoin qu'internet ou la présence physique ne saurait satisfaire.

La réputation des petites et moyennes entreprises (PME) est tributaire à la communauté virtuelle. L'analyse a permis de constater des débats entre les membres des différentes communautés virtuelles concernant les pratiques des petites et moyennes entreprises ou des articles qu'elles proposent. Cependant, dès qu'un membre s'interroge au sujet du service ou des produits des PME, nous sentons une volonté à travers les réponses des autres membres qui répondent favorablement. Naturellement les administrateurs des pages Facebook répondent également en remerciant les répondants ou en fournissant des renseignements supplémentaires, au besoin, parce qu'une bonne communication rehausse la réputation. Tous les commentaires, peu importe s'ils sont négatifs ou positifs, sont répondues et cela engendre une hausse de l'estime des PME. Comme le précise transchard, il est important lorsque les organisations répondent aux critiques, fournir le contexte. Les parties prenant externe des PME sont la pierre angulaire de sa réputation.

4.3 DISCUSSION

Dans le cadre de cette recherche, nous avons adopté la méthodologie qualitative, en appliquant la netnographie au site Meta à travers dix PME « Rien ne se perd tout se crée, Marée chandelles, Vignoble Val Caudalies, Houblon des jarrets noir, La boucanerie Del

Tonio, Bleuetière Marland, Ferme Horticole Gagnon, Ranch Dupont, Ferme Simon Fortin Inc, Camping Le Chevalier ». Nous avons porté notre attention sur les articles publiés entre juin et août 2022 sur Meta. Ces publications ont suscité de fortes réactions au sein des diverses communautés virtuelles. Compte tenu du volume de messages entre la communauté virtuelle et les PME, nous avons axé nos efforts sur la période allant de juin à août. Comme l'indique Le Fèvre-Berthelot (2015) dans son étude de cas de la franchise Gossip Girl, Facebook facilite l'établissement de liens entre les entreprises et les consommateurs.

Toutes nos observations de la communauté virtuelle des petites et moyennes entreprises sur les réseaux sociaux en particulier le Méta, il est apparu que toute la communauté interagit positivement avec les publications. Les participants ont utilisé des concepts comme, « Va falloir que j'aille faire un tour bientôt. Moi c'est ma réserve qui est à sec. Au plaisir de se revoir, Très hâte de retourner chez vous, Merci de nous ouvrir votre paradis ». Tous ces éléments ne peuvent donc être que des arguments favorables à nos résultats et centrés sur l'interaction de la communauté des réseaux sociaux (Meta). Il semble que les attentes des internautes (communauté virtuelle), au niveau des services et produits des petites et moyennes entreprises étaient en adéquations. Les PME considèrent la communauté virtuelle comme un organisme innovant qui contribue au développement de leurs entreprises. On peut comparer cela à l'étude de Le Fèvre-Berthelot (2015), qui conclut que les consommateurs fascinés par les produits et services de la société réagissent positivement dans leurs diverses interactions.

Dans notre cadre théorique, nous avons répertorié trois axes de recherche : sentiment d'appartenance, le concept de communauté virtuelle et la réputation.

Nous avons défini le concept de sentiment d'appartenance comme étant un lien utile au progrès de toute société et le concept de communauté de réseau social en tant qu'environnement sans frontières de socialisation (conseils, échanges et propositions). Ces deux valeurs sont moins onéreuses car le sentiment d'appartenance partagé à travers les réseaux sociaux crée un climat favorable au développement des PME. Nous remarquons dans cette étude que les petites et moyennes entreprises tiennent compte de la communauté

virtuelle sur Meta. Parce que les différentes préoccupations sont toutes prises en charge par les responsables des différentes pages Facebook des PME. Si nous reprenons l'étude de la nécessité de gestion de réputation envers leurs communautés de Bellemeuse, Coutard et Douchi (axé sur la communication, le service et l'interaction), l'orientation des pages Facebook des PME démontre le service à la clientèle.

Selon les résultats de notre étude, les valeurs générées concordent aux valeurs escomptées par la communauté.

En somme un constat émerge de ces analyses, les gens qui interagissent avec les PME par l'entremise des médias sociaux sont plus susceptibles de développer un sentiment d'appartenance aux PME. Les résultats sont semblables à ceux de Moqay (1998), dans la mesure où le même sentiment partagé par une communauté facilite une action conjointe.

Le concept de réputation est tout ce qui peut être dit au sujet des entreprises et de leur environnement (Boistel 2014). La communauté virtuelle exprime son impression sous les publications de produits et services des PME, en tant que produit ou un service de qualité. Elle recommande et invite la communauté à utiliser les services ou les produits des entreprises à travers les commentaires. De même Boistel (2014) indique que la réputation d'une entreprise se manifeste à travers les opinions qui circulent à son sujet, reflétant ainsi la perception qu'on a d'elle. Cette perception donne de l'information sur le degré de confiance et d'attrait qu'elle suscite auprès de la communauté.

Nous avons recueilli trois cent quatre (304) commentaires sur sept cent soixante (760) commentaires qui associent l'image des PME aux produits et services qu'ils délivrent, certaines personnes décident de visiter les PME et d'acheter les produits qu'elles proposent.

Pour ce qui est de l'apport de cette recherche, nous avons été en mesure de montrer la positivité de la communauté de la plateforme sociale sur la réputation des PME grâce au sentiment d'appartenance qu'elle affirme. Plus les PME montrent leurs bienveillances et crédibilités à sa communauté à travers les réseaux sociaux, elles entérinent leurs notoriétés.

Également la réputation des PME ainsi que le sentiment d'appartenance peuvent aiguiller la communauté en ligne à avoir un comportement de consommation précise.

Ce constat est essentiel pour les petites et moyennes entreprises qui cherchent à améliorer leurs communications sur les réseaux sociaux. Comme le fait remarquer Boistel (2014), la réputation d'une entreprise permet de prévoir les comportements futurs et joue donc un rôle crucial dans l'évaluation de la relation future. En effet, elle représente une entente de confiance basée sur le respect des engagements pris par l'entreprise, à partir de son comportement passé. La réputation constitue ainsi une norme sociale qui permet de comparer les entreprises entre elles, en fonction de leur comportement antérieur. Par conséquent, ils ont intérêt à s'appuyer sur les réseaux sociaux, en effet les réseaux sociaux inspirent une confiance qui influence positivement le sentiment d'appartenance et la notoriété des PME

Comme mentionné plus haut, nous avons fait un tableau récapitulatif (tableau 6) manuellement avec l'échelle sémantique différentielle qui nous a permis de collecter les commentaires. Cette échelle bipolaire est destinée à évaluer objectivement le sens des expressions : <<Beaucoup plus fréquemment le test du différentiel sémantique est utilisé pour évaluer l'image d'un produit ou la manière dont un produit est perçu par le marché auquel il est destiné>> (Cigada 2006,p6).

Pour établir la différenciation sémantique des articles proposés, nous proposons deux qualificatifs opposés : << parle plus de soi >> vaut 1 point, << parle de l'entreprise >> vaut 5 points et les appréciations intermédiaires apportent 2 à 4 points. Cela permet d'évaluer nos recherches.

Tableau 6 : Synthèse des appréciations

PME	Parle plus de soi	1	2	3	4	5	Parle plus de l'entreprise
Total des valeurs d'appréciation		263	31	162	134	170	
Moyenne	75,6						

Écart type	13,817
------------	--------

Même si notre échantillon est exploratoire, le tableau cinq et six mets en évidence notre processus. En particulier, nous constatons clairement que les PME choisis sont toutes au Québec. En effet la communauté virtuelle qui affirme leur sentiment d'appartenance a déjà acquis un produit ou profité des services des PME. Cela confirme le rôle dans la construction de l'auto-expression, puisque le sentiment d'appartenance repose sur la fierté de faire partie d'un groupe (Cesbron 2021).

Les résultats de cette analyse, illustrés dans le tableau six, démontrent qu'il existe un fort sentiment d'appartenance entre la communauté basée sur le réseau social et les PME. Deux cent soixante-trois (260) observations sur sept cent soixante (760) expriment leur attachement à la PME et leur fierté d'avoir bénéficié des services ou produits. On assiste à une corrélation entre la qualité des services, des produits et le sentiment d'appartenance.

Si nous comparons notre analyse avec les quarts points de conception conclut par Boistel (2014) : « la réputation d'entreprise comme :

- N'étant un signal jamais neutre. La réputation d'entreprise se traduit toujours par une prise de position favorable ou défavorable à l'entreprise ;
- Issue de l'expérience : la réputation d'entreprise est un phénomène continu, elle se crée avec le temps ;
- Construite autour d'items qui forment un tout toujours unique : en d'autres termes, il ne peut y avoir deux réputations pour une même entreprise et il est impossible d'avoir deux réputations totalement identiques pour deux entreprises différentes ;
- Forte si les items perçus par les différents publics sont les mêmes et si les salariés les reconnaissent comme composant la réputation de leur entreprise ».

En conséquence, la première et la seconde proposition sont validées.

Les résultats indiquent que la réputation des PME est aussi liée à leur communauté virtuelle. Cette réputation s'explique par les expériences passées, puis elle devient un facteur pour les petites et moyennes entreprises. Comme nous le remarquons à travers cent soixante-dix (160) interactions sur sept cent soixante (760) nous validons notre troisième proposition.

CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS

L'objectif de cette étude était d'explorer le contenu des réseaux sociaux, précisément Facebook. En ce qui nous concerne, il convient de souligner que notre étude a été exploratoire en terme qualitatif, en utilisant la méthode netnographie. Elle est fondée sur les commentaires et les réactions des utilisateurs sur les réseaux sociaux. Après avoir défini l'approche de l'étude, nous avons expliqué les principaux résultats obtenus par l'analyse des commentaires rassemblés à travers une grille de synthèse d'analyse construite. Les résultats de l'étude ont permis de comprendre l'importance de la communication sur les réseaux sociaux, notamment dans le cadre de la promotion de produits et de services. « les consommateurs veulent toujours être satisfaits et reconnus, ils veulent toujours avoir des repères et être guidés Le vrai changement est dans le pouvoir du client »(Hilt 2013).

En fait, le service et la qualité des produits des PME sont les principaux facteurs qui ont une incidence sur les consommateurs. Rappelons que notre étude visait à comprendre l'impact du sentiment d'appartenance des PME sur leur réputation via le réseau social Facebook. Nous avons ainsi décrit le concept de e-communauté selon (Oldenburg 1999).

En outre, les médias sociaux constituent l'un des meilleurs moyens de communiquer et d'établir des liens entre les petites et moyennes entreprises et les consommateurs. En

effet, les médias sociaux sont bel et bien une source d'informations et d'échanges, de renseignement entre la plupart des utilisateurs. De cette façon, les utilisateurs peuvent contribuer considérablement au développement de l'image de l'entreprise en partageant des informations à son sujet.

En définitive, les résultats de l'étude exploratoire ont révélé un lien étroit entre le sentiment d'appartenance des PME et leur réputation.

Compte tenu des résultats obtenus, dans la pratique de gestion de la page Facebook, nous recommandons cinq pratiques managériales :

- Il est indispensable de répondre à l'ensemble des questions des clients. Les entreprises doivent répondre à chaque client pour que celui-ci se sente pris en considération, de cette façon, ils seront en mesure de conserver le sentiment d'appartenance de la communauté.
- Les responsables facebookers doivent être attentifs aux besoins changeants des clients, ce qui rend l'expérience sur le Meta agréable.
- la qualité des images, des textes et des vidéos doit être évidente et précise pour le client. Ceci éviterait certaines questions et polémiques, tout en renforçant la participation de son public cible.
- Les produits et services proposés par l'entreprise doivent mettre en avant le bien-être du client en fonction de son secteur d'activité (par exemple, le confort d'un restaurant, l'utilisation de produits biologiques, la promotion de l'écologie, la qualité de l'environnement de l'entreprise).

- le modérateur doit publier régulièrement, il est important de maintenir une fréquence de publication régulière, ce qui permet de maintenir les abonnés.

Il est alors possible d'analyser et d'utiliser toutes ces données par les chercheurs et les sociétés pour prendre des décisions de direction adéquate en rapport à la réalisation des objectifs stratégiques (Trespeuch, L. and Robinot, É. 2023, p1). Ces résultats sont utiles aux spécialistes du marketing et aux chercheurs pour leur permettre de mieux comprendre l'attitude de la communauté virtuelle en ce qui concerne le processus de consommation, de mobilisation. Enfin les instruments pour renforcer le sentiment d'appartenance des PME, sa notoriété et ainsi retenir les clients et les satisfaire.

Les limites de la recherche, nous pouvons souligner les contraintes de temps liés à la période d'observation. Bien que les observations aient eu lieu sur une période de trois mois, les PME sont présentes sur la plateforme depuis plusieurs années. Ceci peut conduire à des questions quant au choix de la période d'observation. Il convient également de rappeler que la collecte des données s'est faite manuellement et que l'observation est donc limitée dans le temps, parce que le nombre d'interactions sous certains postes, dépasse les 200 échanges et il n'y a pas de délai pour apporter des modifications, supprimer un message, les comptes peuvent être supprimés ou bannis sur la plateforme.

Cette étude de cas aurait pu être complétée par des entrevues semi-dirigées avec les managers des pages Facebook des PME. Nous avons opté pour une méthodologie mixte et comparée les résultats obtenus avec notre observation de la communauté. Il semble pertinent de combiner deux perspectives pour vraiment comprendre la pertinence de notre étude.

En outre, nous avons orienté principalement notre recherche bibliographique et notre recension des écrits par choix dans un registre français. Ceci peut être considéré

comme une limitation, puisque la méthode d'analyse et l'objet de la recherche sont plus développés dans la littérature de langue anglaise.

À l'avenir, nous recommandons d'explorer d'autres plateformes sociales telles que Twitter, Instagram et tiktok...Cela vise à enrichir nos constatations par des résultats provenant d'autres plateformes. Les autres plateformes exercent une influence sur les communautés virtuelles et également sur notre sujet qui vaut la peine d'être exploré comme Facebook.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Aubin-Auger, I., et al. (2008). "Introduction à la recherche qualitative." *Exercer* 84(19): 142-145.
- Audi, P. (2016). "Property Identity." *Philosophy Compass* 11(12): 829-840.
- Auray, N. (2003). "L'engagement des joueurs en ligne." *Les Cahiers du numérique* 4(2): 83-100.
- Belleguic, T., et al. (2011). "Les enjeux de la réputation à l'ère du numérique." *Sécurité et stratégie* 6(2): 22-27.
- Benghozi, P.-J. (2006). "Les communautés virtuelles: structuration sociale ou outil de gestion?" *Entreprises et histoire*(2): 67-81.
- Bernard, Y. (2004). "La netnographie: une nouvelle méthode d'enquête qualitative basée sur les communautés virtuelles de consommation." *Décisions marketing*: 49-62.
- Boistel, P. (2008). "La réputation d'entreprise: un impact majeur sur les ressources de l'entreprise." *Management Avenir*(3): 9-25.
- Bremer, D. "" Comment améliorer l'expérience du client en ligne? Le cas de Tape à l'oeil

- Bremer, S. A. (1993). "Democracy and militarized interstate conflict, 1816–1965." *International Interactions* 18(3): 231-249.
- Brodie, R. J., et al. (2013). "Consumer engagement in a virtual brand community: An exploratory analysis." *Journal of business research* 66(1): 105-114.
- Bruzina, R. and B. Wilshire (1982). *Phenomenology: dialogues and bridges*, SUNY Press.
- Buffat, A. (2014). "«Public on the outside, private on the inside»: the organisational hybridisation, sense of belonging and identity strategies of the employees of a public unemployment insurance fund in Switzerland." *Revue Internationale des Sciences Administratives* 80(1): 71-89.
- Cardon, D. (2011). *Le design de la visibilité: un essai de typologie du web 2.0*, internet Actu. net.
- Coutu, M. and G. Murray (2005). "Towards citizenship at work? An introduction." *Relations Industrielles/Industrial Relations*: 617-630.
- Dam, NAK, Le Dinh, TL et Menvielle, W. (2022). La quête de l'intelligence client pour soutenir les décisions marketing : un cadre basé sur les connaissances. *Revue vietnamienne d'informatique*, 9 (03), 349-368
- Dam, K., El Ourabi, H., Le Dinh, T., Menvielle, W., Trespeuch, L., Zouiten, S. (2022) L'intelligence client dans le tourisme culturel : Le cas du musée pop. Conférence de l'AFMAT 2022 (L'Association Francophone de Management du Tourisme) à Perpignan, France.
- Fonrouge, C. (2008). "Entrepreneuriat et innovations organisationnelles. Pratiques et principes." *Revue française de gestion* 185(5): 107-123.
- Guilbert, L. (2005). "L'expérience migratoire et le sentiment d'appartenance." *Ethnologies* 27(1): 5-32.
- Hilt, A. (2013). *Les réseaux sociaux, un levier de fidélité pour les entreprises: exemple concret de l'enseigne Décathlon*, Université de Lorraine.
- Holbrook, M. B., and E. C. Hirschman (1982). "The experiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings, and fun." *Journal of consumer research* 9(2): 132-140.
- Ingold, T. (2010). "L'outil, l'esprit et la machine: Une excursion dans la philosophie de la «technologie»." *Techniques & Culture. Revue semestrielle d'anthropologie des techniques*(54-55): 291-311.
- Kozinets, R. V. (2002). "The field behind the screen: Using netnography for marketing research in online communities." *Journal of marketing research* 39(1): 61-72.

- Le Fèvre-Berthelot, A. (2015). "La franchise Gossip Girl: réputation et consommation au cœur des nouveaux modèles d'expériences sérielles." *Revue française de études américaines*(4): 78-88.
- Lelarge, G. (1998). "Stichwort: Hardouin, Jean. Vom Umgang mit Wissen und Wahrheit." *ZS* 1(1998): 156-162.
- Moquay, P. (1998). "L'animation comme outil d'aide à la décision intercommunale." Tome: 103.
- Mucchielli, A. (2006). "The place of the systemic of communications among the various systemics." *Revue internationale de Psychosociologie* (26): 11-61.
- Oldenburg, R. (1999). *The great good place: Cafes, coffee shops, bookstores, bars, hair salons, and other hangouts at the heart of a community*, Da Capo Press.
- Paquerot 1, M., et al. (2011). "L'e-réputation ou le renforcement de la gouvernance par le marché de l'hôtellerie?" *Revue management et avenir*(5): 280-296.
- Perrin, J. and A. Aguiléra (2017). "Stratégies et enjeux de la localisation d'espaces de travail temporaires dans six grandes gares françaises." *Territoire en mouvement* 34.
- Sherif, M. (1936). "The psychology of social norms."
- Simard, M. (1999). "Communauté, identité et développement: pour un nouveau cadre d'analyse." *Les régions fragiles face à la mondialisation: Stratégies communautaires, technologiques et culturelles d'innovation et de valorisation*: 23-38.
- Souto, D., et al. (2018). "Do social network sites contribute for building brands? Evaluating the impact of users' participation on brand awareness and brand attitude." *Journal of Marketing Communications* 24(2): 146-168.
- Trespéuch, L. et Robinot E. (2023) Comment faire une netnographie (ethnographie sur internet) ? dans Lalancette M et Luckerhoff J, *Methodologie de la recherche*, Presse Universitaire du Québec (À paraître)
- Viner, J. (2016). *Studies in the theory of international trade*, Routledge.

LIENS INTERNET

<https://econpapers.repec.org/paper/hbswpaper/12-016.htm>

<https://www.aide.ulaval.ca/orientation/textes-et-outils/textes-en-orientation/developper-un-sentiment-d-appartenance/>

https://www.xerficanal.com/strategie-management/emission/Frederic-Prevot-Manager-la-reputation-de-l-entreprise_3736.html

<https://www.statcan.gc.ca/o1/fr/plus/1253-les-petites-et-moyennes-entreprises-les-moteurs-dune-economie-de-grande-taille>

ANNEXE 1 : LES COMMENTAIRES DES DIX PME

.PME Rien ne se perd tout se crée

C'est certain qu'elle me fait de l'œil! Elle me plaît beaucoup!
Devrait être confortable ressemble un peu ce qu'on avait quand ont étaient jeune
Elle est magnifique!
J'ai bien hâte de l'essayer celle-là
Que de belles nouveautés
J'aime votre collection. Où sont situées les boutiques.
Toujours de belles collections
Pied de poule sublime ! Jupe oiseau et kangourou assorti un gros BRAVO ! Salutations Marie-Claude x tu fais bien cela
le pantalon pied de poule, mais je pense que c'est la composition que je n'arrive pas à porter (comme le jeans Calypso).
J'adore tous vos vêtements tellement confortable et unique
j'ai hâte d'aller magasiner
Une de vos robes, en vacances
mon coup de cœur à date
Je me suis gâtée on est tellement bien dedans j'ai tellement hâte de pouvoir la mettre
J'aime les 2 mais je préfère encore plus celui avec la petite jupe. Vous avez de très belles choses
Avec la jupe, très joli
Tellement jolie
Elle est jolie mais ressemble à celle que j'ai achetée l'an dernier
Top confo
Sur ma liste
Je suis à Québec. Dans quel magasin est-ce que l'on peut voir toute votre collection
Tellement magnifique, j'adore
Beau et original
Superbe! Merci pour le retour de la broderie originale

Elle est très jolie cette tunique
Oui et j'adore le legging onyx lavande
Oui en effet très belle tunique ou peut-on se la procurer
Magnifique couleur ! Dommage que la tunique soit "courte" car je ne peux la porter pour le travail
Très jolie
Magnifique! Si possible un cardinal ou un geai bleu
Tout simplement WOW
Oui Elle Est Courte
Les deux sont très belles!! J'ai un faible pour
Les deux sont parfaits! Je suis enseignante et j'adore vos vêtements. Un petit faible pour la
Effectivement, j'adore vos vêtements pour enseigner! J'ai un petit faible pour ... Mais la tunique Pied de poule m'interpelle!
trop belle un jour je vais me gâter même si j'enseigne pas
Très jolie
J'enseigne au préscolaire et j'aime beaucoup le look de celle qui est monochrome (grise)
Je suis secrétaire d'école et j'adore vos tuniques je les voudrais toutes
J'ai tellement de vos vêtements et je viens encore d'en commander deux Pour enseigner, ils sont super confortables...j'adore le
je me suis achetée mais je pense me créer d'autres besoins en me procurant . Merci pour ces magnifiques vêtements tellement confortables pour enseigner
J'enseigne au primaire. J'aime beaucoup le look monochrome
Oh Que oui!!! Nous allons parfois magasiner en « gang » J'adore les 2 et je m'y vois très bien les porter pour enseigner. Difficile de faire un choix: mais je dirai
Je suis technicienne service de garde et vos vêtements sont aussi parfait pour moi.. mon coup de cœur
Pourquoi choisir? J'adore les deux. Et je confirme qu'enseigner dans vos tenues est très douille
Je confirme! J'adore vos tuniques. J'en ai plusieurs et j'enseigne avec elles. Elles sont très confortables
pour moi, davantage look journée pédagogique
Les deux sont très belles mais j'ai un coup de cœur pour la tunique Agate! Enseignante nouvellement retraitée qui porte vos vêtements depuis longtemps
Les 2 looks sont superbes! J'aime bien la tunique Agathe mais en motif pied de poule! Je me verrais bien aussi avec le look monochrome
Je suis enseignante! Je ne porte pratiquement que vos vêtements depuis plusieurs années. Ils restent toujours beaux et sont parfaits pour l'école!!! J'adore les deux tenues
J'adore les deux. C'est des vêtements tellement confortables
je suis enseignante et effectivement vos vêtements sont parfaits
J'adore les 2! La tunique Agathe est vraiment jolie
Je porte beaucoup de vos vêtements!
C'est tout à fait vrai ! Vos vêtements sont parfaits pour enseigner ! J'adore

Je suis enseignante et j'adore vos vêtements. C'est vrai qu'ils sont confortables. J'aime bien la
J'adore le jaune il est trop parfait!
je suis enseignante au secondaire et j'ai plusieurs de vos créations! L'art d'être élégante et confo pour passer ma journée
J'ai plusieurs de vos tuniques et leggings. Juste parfait On est active donc ça ne doit pas être trop chaud hihi
Les deux sont parfaits pour l'enseignante de maternelle que je suis
Je suis la mère d'une enseignante qui porte presque exclusivement vos collections et qui me les a fait découvrir ainsi qu'à sa soeur.
Pourquoi choisir, les deux m'interpelle, mais s'il le faut j'ai un faible pour l'orange
Je suis la mère d'une enseignante qui porte presque exclusivement vos collections et qui me les a fait découvrir ainsi qu'à sa soeur.
Pourquoi choisir, les deux m'interpelle, mais s'il le faut j'ai un faible pour la
Je suis la mère d'une enseignante qui porte presque exclusivement vos collections et qui me les a fait découvrir ainsi qu'à sa soeur.
Pourquoi choisir, les deux m'interpelle, mais s'il le faut j'ai un faible pour la
Je suis la mère d'une enseignante qui porte presque exclusivement vos collections et qui me les a fait découvrir ainsi qu'à sa soeur.
Pourquoi choisir, les deux m'interpelle, mais s'il le faut j'ai un faible pour la
Zuttt !!! Vos publication me créent des besoins Ma garde-robe déborde de vos vêtements
J'enseigne avec vos vêtements depuis plusieurs années (achetés à la Boutique Point de Vue à St-Marc-des-Carières)!!
Je suis enseignante au primaire et j'adoore la tunique
J'adore tous vos vêtements tellement confortable et unique
Toujours de belles collections
Oui un beau chapeau
Magnifique couleur. C'est très beau
Votre équipe a tellement l'air sympathique
La robe et le mannequin sont très jolis
Super de belle équipe
Trop difficile à choisir, j'aime les 4
J'adore toutes vos robes
J'adore les chapeaux ça donne du style
Je l'ai tres confortable et elle fait tres bien.
comme la robe que je porte aujourd'hu
abonne-toi à cette page
Tres beaux vêtements
Il manque un mot dans la description de la composition: 92% de quoi? Si c'est infroissable, j'imagine que c'est polyester?
Elle est très jolie cette robe et tellement confortable auss
Vive les doigts de fée

Vous êtes rayonnantes chères collègues! Bonne tournée des artisans!
woww j'ai tellement d'y aller. Bonne fin de semaines mesdames xoxoxox
Merci encore pour votre bon accueil!!! Ce fut très agréable hier
faudrait aller faire un tour bientôt
Zut je ne peux me rendre en boutique ce week-end!
Nous aussi on va être là xxx
J'ai acheté la rouge aujourd'hui avec 3 autres coups d'cœur
Belle et si dynamique patronne
J'ai bien hâte de la porter
J'ai la Vitalité Floral noir et blanc, je l'adore
Mon ensemble préféré

- PME: Marée chandelles

Je trouve que chaï latté est trop sucré pour resté longtemps allumé. Quelque chose qui sentirait le café noir, les feuilles mouillées, la fumée de cheminée dans l'air froid et le gâteau qui cuit
Chaï latté !! La plus merveilleuse odeur
Non mais moins fruité pour l'automne?
Orange épicé please faite là revenir
Est-ce qu'on peut passer tout de suite au retour de celle au sapin
Les odeurs de pommes , d amande , de vanille sont pas mal des top pour moi a l automne . Café et chocolat chaud aussi
Feu de camp , smores , chocolat chaud , poire caramélisé , ou une odeur plus fraîche comme l'extérieur en automne avec un coté boisé. On pourrais en nommer une tonne
Je sais c'est pas original mais je réclame un pumkin Spice pas trop clou de girofle pas trop caramel au lait juste parfaitement équilibré svppppppp
Moi ma préférée est clairement chai latté. Elle est toujours sur mon comptoir!
Pomme, orange, clémentine, pamplemousse...
Je recule vraiment loin dans vos collections antérieures ... mais selon moi, amande et pomme était la chandelle idéale de l'automne. Je l'aimais tellement
Sel marin fleur de cactus
L'automne pour moi, cest l'odeur du Café, de cèdre, de la cannelle... et de la sauce à spag
Peu importe vos odeurs sont les meilleures et je serai acheteuse! Chocolat chaud sonne tellement bien!! Ou l'odeur de la forêt à l'automne

Pommes, cannelle, vanille, amande...l'odeur des feuilles d'automne mouillées...l'odeur de l'automne lui-même! Le pumpkin spice latte, un vrai classique!
Sapin, pin, forêt, bois, , roche, cocotte de pin (ca sens tu quekechose), toute toute ça
Un mélange Pomme-chaï ?
Votre chandelle orange épicée a un parfum réconfortant d'automne et une chandelle chaï citrouillée serait probablement aussi réconfortante!
Oh! Et la chandelle « pain au citron »; un délice!
Une fille de Qc veut commander avec moi
ça fait de beaux cadeaux d'hôtesse
c'est le temps de faire des réserves
Je l'adore... je les adore toutes
J'aurais dû attendre avant de faire ma commande d'été
Vos chandelles sont mes préférées! Un véritable coup de cœur Ma commande est faite!
Une petite gâterie pour moi en prenant mon café matinal!!!
Le temps de get Framboise rouge!
j'ai dépensé!! Ce sont mes préférées!!
Je l'ai reçue en cadeau, hâte de l'essayer!
mon odeur pref! Pour la rentrée scolaire mettons? Merci full
Oui souvent des chandelles
Est-ce que le prochain miracle pourrait s'appeler fraises et olivie
Je viens d'offrir en cadeau Pamplemousse et thym » et Thé blanc à la pêche » J'ai fait des heureuses.
très belles découvertes pour moi. Bien contente d'avoir trouvé un point de vente à proximité de chez-moi.
Cette chandelle est devenue une de mes préférées
J'hésite à la commander , est ce que ça sent fort la citronnelle ? Ou je pourrais terminer ma chandelle cet automne dans la maison ?
Je me suis finalement laissé tenter!
Tellement l'fun comme concept
je peux pas croire que j'ai manqué ça
l'odeur de rêve parfaite
si tu vas en boutique tu me diras
Première commande reçue! Bien heureuse de mes produits, il me reste à allumer la mèche, si la senteur diffusée est comme celle quand on ouvre le pot, ça va être WOW!
Je n'ai pas pu résister, commande passée
Elle est parrrrrefaite!!!! Il faut en faire plussssss
Wow a doit etre pas pire elle aussi

Commande effectuée...je suis déjà impatiente de la recevoir
elle sent tres bonne
Ohhhhh et j'ai manqué le 15% pour faire une commande estivale
J'adore cette chandelle, ça sent le ciel
Sans odeur, parfaite pour allumer durant le souper
spécial ! Le trip c'est l'odeur que dégage la chandelle dans la maison
Je cherchais des sans odeur québécoise au soya depuis siii longtemps pour pouvoir en mettre plein en même temps que mon diffuseur
je serais vraiment au paradis
Mes chandelles favorites
une autre suggestion cadeau (citronnelle ou lavande)
Je viens de passer une commande justement Hâte de les découvrir
Cerise et orange, avec un soupçon de gomme baloune
J'adorerais ma création!
Je verrais bien un partenariat avec les pivoines de Les Fleurs Maltais
Bravo à vous pour cette association et contribution si généreuse! Un plaisir pour moi de m'enivrer de son doux parfum!
Sérieux, cette odeur, l'hiver c'est Sapin et l'été a maintenant son odeur : aloès poire coco
Arrêtez avec vos nouveautéés
Un petit peu dans les drap avant d'aller au dodo.. c'est magique
Ma fragrance préféré
Sur mon tapis d'entrée quand sa sent les petits pieds
Lessive et diffuseur
Peux-t-on profiter de la vente à distance

- PME : Vignoble Val Caudalies

J'y suis allée le 3 août! Endroit mémorable
Oh oh oh ça sent la visite traditionnelle annuelle !
Vin orange m'intrigue beaucoup! On se voit bientôt
On va sûrement allez vous voir demain
Une des meilleures dégustations et explications qu'il nous ai été présentée
elle avait les bons mots pour vulgariser les termes viticoles qui sont parfois moins évidents

un vignoble à visiter et dont les produits sont très bons ! On essaie de s'organiser une petite visite sous peu
On va faire un tour lors de notre ride de moto avec les boys
C'était la première fois que je goûtais à un vermouths et j'avoue que c'est un excellent produit bon succès pour la suite
j'ai apprécié chaque produit à la dégustation l'an dernier et vous êtes de loin les meilleurs que j'ai goûté au Québec
Félicitation à toi, Guillaume, pour cette belle performance devant les caméras ! Et bien sûr BRAVO pour vos excellents produits Val Caudalies.
La perfection en bouche
Il est extraordinaire! Ma recette: par égale vermouth, vodka grey goose et gin Hendricks! Et: stirred! Not shaken!
Tout ce qui implique Val Caudalies est une bonne idée. Famille ou pas je suis d'ailleurs dû pour mes caisses estivales. Je te email bientôt!
Un classique!
Ça ne m'étonne même pas
Moi je lui accorde un 100%
Wow! Bravo! Hâte d'y goûter
Super félicitation
Il est effectivement excellent!!
Vous êtes beaux les gars, vous pouvez être fiers de cette superbe réussite qu'est Val Caudalies!
Excellent vins, et le vermouth un délice, ont vas retourner vous voir en Septembre
Une photo... de soif! Bien hâte de passer vous voir au vignoble.
Va falloir que j'aille faire un tour bientôt. Moi c'est ma réserve qui est à sec. Au plaisir de se revoi
Ohhhh trop hâte d'y goûter!! Bravo pour votre super travail! Hâte de vous voir
On vient de faire des provisions à La clé des champs de Dunham
Bien contente de déguster, savourer et adorer vos vins chaque année depuis l'époque du Marché Atwater
Il faudrait vraiment que l'on se trouve un moment pour y aller !!As-tu des journées de dispo en semaine l'été
Merci pour la livraison! Service et produits d'exception
Procédures pour commander à la caisse
Bonjour Avez-vous du vin orange de disponible a votre Kiosque à La cle des champs en fin de semaine
J'ai acheté mon vin orange! Je vais l'essayer pour la première fois ce soir. J'ai si hâte!
Vous avez d'excellents produits et vous êtes super sympathiques les gars.
j'adore la dernière phrase
On arrive demain... on peut avoir une primeu

Excellente cuvée pour le rosé encore cette année
Très hâte de retourner chez vous
J'aime leur porto
Le pomme framboise pétillant. OMG du ciel en bouche
Tout est bon chez vous
J'adore ce vignoble, la vue et ces produits
On fera un petit pic-nic quand j'irai te voir
C'est vraiment cool des nouvelles tables de pique-nique
Très hâte de vous voir et de goûter aux nouvelles cuvées
Hâte de venir vous voir et de goûter aux nouvelles cuvées! Bon début de saison
Tellement hâte! C'est toujours un immense plaisir de passer chez vous!
Tellement un bel endroit. Bonne idée
Une visite s'impose
on se voit le 4 juin! on veut du Orange
Nous sommes passés à votre vignoble l'automne dernier...belle découverte
j'aimerais bien y venir cette année aussi...est-ce que je peux trouver votre vin dans la région Lanaudière

- PME : Houblon des Jarretes Noir

très beau site, bel accueil et bonne bière
Déjà hâte à l'an prochain. Merci pour tout. Vous êtes vraiment une belle équipe. Vraiment un beau site que vous avez c'est full relaxant
Belle découverte pour moi cette année!! On se voit l'an prochain
Vous êtes une sapristi de belle gang. Je garde un excellent souvenir de mes 3 passages chez vous.
Superbe organisation, merci
Bravo aux propriétaires et aux employés
Beau set up!!la bière bonne !!Mettez de la bière au frette
Heureuse d'avoir découvert cette endroit cet année
Bravo à toute l'équipe on se revoit l'été prochain
Pour nous ce fut une découverte cet année super à l'année prochaine
Toujours un bel endroit pour prendre une bonne bière Merci pour ce bel accueil
C'est sûr qu'on sera au rendez vous...merci pour le plaisir et la belle place
Merci à vous tous de nous faire profiter d'un si bel endroit autant relaxant que festif,bonne récolte et on se revoit en 2023
Bonne récolte et à l'an prochain

J'ai déjà tellement hâte à l'année prochaine!!! Merci pour ce magnifique été
Domage que votre saison ce termine aussi tôt
Félicitations ce fut un plaisir d'aller vous voir à l'an prochain
Quel merveilleux endroit
C est tellement une belle initiative...Merci à vous
L'horaire ajd c'est quoi ?? Qui le chansonnier et ce à quel hrs
Vraiment un beau spot!
on irait ted ben fére hen tour apra medi
Pour ma première visite vraiment genial comme endroit felicitacion , belle entreprise tres bien entretenue beau concep
pas le choix d'aller là dimanche.. un des meilleurs chansonnier de la Beauce sera la
Bonne bière bon chansonnier belle ambiance.... dernière fin de semaine!!!! LETS GO !!! Arrête de niaiser avec le puck
c est moi qui avait raison.. c est la derniere fds
Merci à vous de nous avoir reçu
Comme à l'habitude on a passé une super soirée
Première fois que Services Agricoles Fermetech faisait sont social estival chez vous et évidemment pas la dernière
Merci pour tout super service super équipe!
Quel plaisir renouvelé nous avons eu aujourd'hui!
Superbe endroit
Vraiment mais vraiment un hyper beau concept.
Vous rassemblez les gens dans un endroit merveilleux.
Merci pour tout
J'ai hâte d'y retourner ! Vive le 5 Août!
Une superbe soirée dans un endroit magique Un merveilleux moment au milieu des champs de houblon. Merci Les cornets de poulet étaient délicieux. Et la musique très bonne. Les français que nous sommes avons adoré !!! On reviendra
Tout un bon chansonnier, c'est magique , il met l'ambiance et la bière miam miam une des meilleur de la saison , belle découverte.
Si tu changes d'idée, c'est la microbrasserie proche de chez toi en fin de semaine aux Houblons
C'est magnifique! Il y a rien de comparable!!! Bravossss
si jamais vous descendez ! Jette un œil à cet endroit
Est-ce qu'on peut emporter bouteille d'eau et vin. Merci
Première visite et vraiment très bien
J'y suis allée hier prendre une bière et c'est certain qu'on va y retourner pour en profiter plus longtemps avec des amis on a adoré
Très belle endroit et les propriétaires des gens très accueillants

j'adore l'ambiance, mais on n'a pas encore passé cette été, à venir
Vraiment une place a découvrir , belle ambiance., extrêmement propre wow
Nous s'y étions hier . Super belle découverte. Personnels très accueillant et musique pas trop forte . Bravo à votre équipe
Bien oui j'adore le poulet
C'était super bien comme première visite
Vraiment exceptionnellement bonnes les ailes et le nouveau poulet aussi
J'ai adoré hier. Beau site
faudrait aller faire un tour la cet été
C'est tellement délicieux
Très bonne j'y es goûter la vendez vous a un autre endroit comme à l'épicerie
Wow c'est trippant ça
une idée pour aller en beuce en famille
Vraiment un tres beau concept.
Merci de nous ouvrir votre paradis
Un beau départ, vous faites des heureux, Bravo à vous deux et à l'équipe
On est allés visiter cet endroit l'année passée et c'est certain que j'y retourne faire un tour cet été
On va vous voir demain manger vos fameuses ailes de poulet
Très bel endroit, beau concept et belle ambiance C'est sur qu'on va y retourner!
Wow ça a l'air génial! Très heureuse que notre produit y soit présent
tsé quand on parlait de beau spot avec les enfants, ça c'en est un vraiment cool avec le plus gros carré de sable ever!
Nous sommes allés vous visiter hier et c'est vraiment un beau site ! Nous nous reverrons!
Merci à toute votre équipe, vous êtes sur la coche
c'est ça que je parlais au tennis qu'on devrait alle
Tellement hâte d'y retourner
Une journée avec de la bonne bière et ont apporte le jeux de poche
ca serait le fun une apres midi
Très bel endroit et belle ambiance! Très hâte d'y retourner!
fin de semaine de Dunham ça vous tentes tuuuu

- PME : La Boucanerie Del Tonio

J'ai adoré cet endroit, bonne bouffe et belle place
C'EST QUAND QUE TU NOUS AMÈNE LÀ BRIGD

Miam! C'est sûrement très bon...
faudrait vraiment aller essayer ça
faut y aller sans faute avant que ça ferme pour l'hiver
faut aller là prochaine ride
il me semble que ça ferait b'en une petite virée là bas en fin de semaine...
on nous annonce tellement du beau temps!
faudrait vraiment y aller... J'en ai l'eau à la bouche
la pizza sur une poutine tu dois avoir un émotion présentement hahaha
c'est au spot super cool proche de l'eau
Bourrée vous la fraise les filles!! Vous le méritez tellement
Moi j'y vais ce soir avec le garage
Ouff la pizz sur la pout! Ton rêve
notre prochaine p'tite virée entre 4 yeux sur le bord du fleuve
faut absolument y aller
On est allé ce midi! Delicious ! Tellement bon.
Ha bein tabarnouche!!! M'a aller chercher ca demain certain! C'est ma fete, j'ai le droit! Haha
C'était tellement décadent et savoureux! WoW! Merci pour ce magnifique repas. J'en veux encore!
Je confirme, les gnocchis étaient super Antho
On a un producteur de kiwi dans le coin?
Ok chéri moi je suis l'gars, toi t'es là chick
check ça comment sa l'air bon ! Miam miam
amène ta femme la ça presse
pour ton Surf N'Turf .Moi, devine ce que je vais prendre ?? Loll
calvass que ça l'air bon
nous allons avoir un bon souper
raison de plus pour y retourner
Nous sommes passés aujourd'hui dimanche le 28 !!! Malade vos assiettes!!!! Portions GÉNÉREUSES à souhait!!!! Merci x1000!!!! Super bon
M'a m'arranger venir faire un tour for sure!
Le spécial est t'il la pour demain dimanche auss
Est ce possible de réserver pour ce soir
je serai pas là ce soir. Gâte toi un Poké au saumon pendant que j'te vois pas
on aurait dû aller dîner dans Lotbiniere
Nous avons mangé la frite mexicaine la fds passé et wow
je me cherche quelqu'un pour finir mon assiette tu m'accompagne un de ces jours!
Miamm oui j'y vais
Oh la la! Ça c'est à mon goût

Mon dieu tout a l'air très bon
on se fait un moitié-moitié poké-pout
je travaille pas samedi poke bol ca mange bien caaa
tu peux m'apporter mon dîner pour demain
avoue que ça l'aire vraiment bon
Ok j'y vais en fds!! Est-ce que c'est ouvert le dimanche
Tellement contente que vous soyez loin de chez moi vous autres!!!! Je serais tout le temps rendu là
c'est tout près de chez toi, si jamais ça t'intéresse.
Mon souper est fait pour demain
J'ai teeeeeellement hâte à nos vacances pour aller essayer votre bouffe
mon amour j'en peux pu de voir toute cette bonne bouffe
eille check ca ca l'air trop bon
Cette magnifique proposition est dispo jusqu'à quand
La morue, ça l'air bon, je vais essayer ça
De passage chez vous, nous avons beaucoup aimé votre bouffe
Nous serons en vacance la semaine prochaine. ...c est sur que je vais vous visité !
Depuis le temps que j attend et que je vois passer de si belle choses à manger !
C est du pur plaisir pour les yeux. ...asteur, on goût
La salade crevette et saumon, woww!, un délice
c'est la que je suis allée manger sur le bord de l'eau
La morue a l'air vraiment bonne! Et tout le reste aussi
ça fait longtemps que je veux aller la
essai ça, tu vas adoré cette endroit
Les 2 ont l'air super bons, qu'est-ce que je vais faire
Nous arrivons justement d'aller dîner chez vous.
Malgré la file impressionnante à notre arrivée, la bouffe, le service, l'ambiance et votre sourire étaient tous parfaits
juste pour te le rappeler pendant que tu es en vacances
Nous y sommes allées avec de amies il y a 2 semaines et même résultat pour tous.. c'est tellement ça coche que ça vaut vraiment le détour.. nous y retournerons certain.
Toujours ça grosse coche
un vrai délice merci pour cette
Diversité de menus
Nous y étions hier pour la deuxième fois avec mes parents et on adore!!!
Merci et continuer votre excellent travail
C est tellement bon chez vous , on se vois bientôt
Bon on va faire un détour je crois

va falloir venir te voir cette semaine
Les bâtonnets style nachos sont vraiment bons!! J'aurais pris plus de tomates un peu, mais c'est tout!
Mmmm ça serais bon livré au camping ça !!! Juste en face de chez vous
On a voulu y aller en fin de sem. Plus de 1h30 de rte...il y avait tellement de monde on a pas pu malheureusement goûte
faudrait y aller en paddle
es tu déjà allée ? Mettons que j'enlèverais une coupe d'aliment , serait bonnn
messemble que je commencerais mes pré-vacances avec ça demain soir
Sa serais agréable à ajoutée sur note liste pour en fin de semaine
on va souper là certain cet été
on pourrait se mettre ca comme petite virée de roadste
prochain coup on essaie une poutine
Allez si tôt car ça fait la fil beaucoup monde
C cruel de voir tout ca et pas pouvoir mange
un petit souper et soirée pêche s'impose au Quai
Je vais aller essayer en plus sur le bord de l'eau
la qu'on va aller dîner hihi
Je suis aller manger votre poutine spécial de la semaine, faire de la route à valu la peine. Elle était excellente!!
c'est jusqu'à quand les cours de piscine à Madison pcq on pourrait y aller un vendredi soir!!
Je viens de finir de manger le menu de la semaine... la poutine joue de boeuf brisé sauce poire.... sérieusement malade
Vous êtes ouverts ce soir? Si oui, on vient de changer notre plan pour le soupe
Catherine où se trouve la boucanerie, envoi- moi l'adresse Nicole & Patrice
Non non ,n'y laisse pas tes pouces ,tu en as encore besoin . Des pousses oui
on pourrais aller souper la ce soir
J'adore vos guédilles de crevettes. Est-ce que vous croyez que ce serait possible de remettre de temps en temps, la recette de la guédille aux crevettes de l'été passé. Merci beaucoup
Faudra y retourner
Nous nous sommes laissés tenter ce soir, c'était franchement excellent
Trop bon et belle endroit...bravo pour le nouveau menu
Moi pas chanceuse j'y suis aller 2 fois mais 1 fois fermer et l'autre pas de places
Mais je vais me reprendre selon ma soeur très bon

- Bleuetiere Marland

Super nous avons déjà mangé toutes nos fraises qu'ont n'avaient cueilli chez Bleuetière Marland ! Nous irons à nouveau très bientôt. Merci pour cette chance
Fraises sont délicieuses!
pour cette belle opportunité de vous faire connaître
Miam fait merci pour ce délicieux concours toujours bon de bonnes fraises
Ça vas être bon
Bonsoir! Est-ce qu'il reste des bleues à cueillir? Je me demandais si ça valait le coup d'y aller demain. Merci!
on pourrait y aller la semaine prochaine avec les bébés! Quelques bleuets et une crème molle!
Nous sommes allés a temps dimanche
on est allé souper juste à temps
Bière pizza au top pour une 1ère ce soir pour nous ! Merci on reviendra
fail de souper de fin de vacances, on se reprend samedi
Vous êtes victime de votre succès
Je confirme qu'il y en a beaucoup et qu' ils sont super bons
C'est tellement plein de bonheur bleu
Des bons bleuets, Miam, miam, miam! Sa fait longtemps que j'en ai pas bouffé! Miam, miam!
Es encore l'abondance aujourd'hui
Vos pizza sont sur la coche
J'ai acheté légumes et fruits aussi
ces si bon
Bleuetière Marland....Le comptoir à pizza est-il ouvert le midi ces temps-ci
Est ce qu'on apporte nos panier ? Doit ton réserver pour venir cueillir des bleuets? Argent comptant ou Interac ? Svp merci
Comment résister à une aussi bonne pizza. Dimanche je serai dans le coin
Sortie bien l'funn avec mon petit fils
On y retourne bientôt bientôt
Allez-y!!! Vous allez aimé
c'est cette place je te parlais
bleuets, fds prochaine
Pour l'autocueillette, est-ce qu'on apporte nos contenants ou pas
Votre pizza est vraiment excellente!
Meilleure pizza au Québec
Une très belle découverte pour ma part sur un site enchanteur
Les bleuets sont tu sortie ou seulement les fraises
Est-ce qu'on doit réserver pour aller manger

abondance de fraises
on va devoir y retourner encore haha
arrêt obligatoire après le Miller zoo
activité familiale check
Je vais y aller
faudrait bien que je passe
ca pourrait etre notre tuesday date ca
vas falloir aller essayer ca
Est ce quil y aura de l'autocueillette vendred
Avez-vous encore des camerises
De belles fraises miam cueilli cette apres-midi
Est-ce qu'on peut voir le menu café quelque part
Super ont vien au camerise et fraise aujourd'hu
Bonne saison à vous!
Bonjour avez vous des légumes en ce moment merci
on essaie le comptoir à Pizza cet été
Merci de votre accuei
cette semaine on va laaaaaa
Tellement bon
C'est l'endroit dont je te parlais
Elles sont superbes et délicieuses
Combien le panier merci
Bonjour est ce possible de prendre une bière le lundi après 16hre
Le menu est il affiché sur votre page
juste à temps pour la semaine prochaine
Ayayaille! On était une journée trop tôt
on va y aller quand ça va être ouvert cette fois
pour souper vendredi soir!!!! avec une bonne creme molle apres
on va devoir se reprendre
notre prochaine sorti entre chum gay
faudrait aller faire une date
on se planifie un soir avec les mousses
Est-ce qu on peut manger en dedans
Une pizza dessert ça vous tente pas? Nutella fruit frais
Donc pas de pizza le lundi si je comprends bien? On voulait passer
pour une pizz incroyable et superbe paysage
vla notre chance!Dis-moi quand t'es disponible
Quelle est la période de cueillette pour la camerise
aimerais tu qu'on aille faire de l'autocueillette ensemble la prochaine fois

Tu y vas tu? C'est les petits fruits que je t'avais amené de Bc. C'est tellement bon
Quand je vais retourner en beauce
Ca goute quoi ? ca ressemble tu a d'autre fruits
c'est bientôt un rendez-vous
Jai hate d aller en cueillir miam miam
c'est là que je veux t'amener manger une crème glacée ou tofu glacé!! Prochaine fois qu'on monte à st-is, il faut qu'on fasse une tour par ste-marie pour y aller!! C'est trop trop bon
c'est combien la livre cette année svp
une petite activité de cueillette de fraises bientôt
on va tu en chercher demain
Bonne saison 2022
Je ne puis être au four et au moulin. Les short cake vont attendre mon retour.
Par contre tarte aux fraises sur crème fouettée au basilic à vous faire découvrir en descendant de l'avion.

- Ferme Horticole Gagnon

Merveilleuse nouvelle Ça m'en prend au moins 200 pour passer l'hiver
je suis debutante, comment fait on pour les conserver tout l'hiver? Sans qu'ils pourrissent ou qu'ils forme des tiges vertes
Sucré à souhait, gang
Il est full bon en plus
combien pour le cageot de framboise
Est-ce qu'il y en a aussi dans les petits kiosque
Combien ce beau demi cageots de framboise
Auto cueillette pour framboises aujourd'hui
C'est le fun une page Facebook à date... C'est pratique
Peut on faire de l'auto cueillette
Il est délicieux
A ce prix là j'espère qu'il est bon
Il est vraiment bon j'en et acheter aujourd'hui
Je passerai demain miam
Combien poche de maïs
yeah! C'est le temps du maïs
Très bon en us on en a mangé hier succulent
on va pas en récolter autant mais ca s'en vient pour les notres auss
Pour moi y a rien qui représente le plus l'été et les vacances que le maïs. Ça se cuit dehors, ça se mange dehors avec le beurre fondu qui te dégouline sur le menton. Miammm
Délicieux on a en mange hier et on va y retourner
Tellement bon
JE VAIS POUVOIR EN MANGER
Sera t'il disponible dans les kiosques
est-ce terminé pour la cueillette des fraises
Mathieu Gélinas tu en parlais hie
Caroline Gagné les gars vont capoter!
Mathieu Goyette veux tu je passe en finissant
Catherine Dionne en camping on irais en chercher la bas
Francine AlainHo que oui!! Le meilleur blé d'inde
Annie-Claude Lamontagne on start notre saison du blé dinde bientôt
Philippe Campion on va aller en acheteeeeer
L'auto cueillette est-elle ouverte
auto-cueillette est-elle ouverte!
Il est très beau mais à la lecture de la très longue liste d'ingrédients, c'est très cher payé pour un gâteau des anges et crème industrielle... le milieu

vous auriez pu au moins mettre une ganache aux fraises au lieu que des fraises coupées en tranche au milieu
Combien les shortcake merci
WoW délicieux juste à le voir
À quand le début de l'autocueillette des fraises
Alex Perso si jamais j'ai pas l'énergie de faire le renversé pour Alice, ça serait une bonne idée!
Le meilleur
J'ai le mien merci
Julie Gauthier sa l'air trop bon
Marie Josee Brunelle me semble que ouiiiiii
Lyne Provencher miammm pour ma fête
Il n'est pas bon! Le crèmeage goûte l'artificiel...malheureusement
Est-ce que c'est possible d'avoir les prix svp!
Wow vive la chaleur. Bonne saison avec vos belles fraises qui font les fraîches
Verdicte... . Elles sont excellentes et sucrées !!! Merci pour vos bons produits
Les fraises sont succulentes, la bisque de homard, le velouté d'asperges et le velouté de champignons aussi
Ho ! Je vais y allé sûrement ! De bonne fraise
À quel endroit ?..Les fraises sont belles
Merci Le kiosque chez Métro Fournier est tu ouvert aussi

- Ferme Simon Fortin

Nous avons toujours bien de plaisir à y aller de soir! Jean-François Bolduc on pourrait y aller 2 fois
Jo Quirion avec un bar pis de la poutine on laisse les 5 enfants dans le labyrinthe pis on ce gate ahahahh
Avec Isabelle Gagné Doanny Maheu Eric Mathieu sa serait si beau, merci pour le concours, ma saison préférée beaucoup de couleurs et de plaisir
Myriame Lebreux on iras cueillir des courges !! Ça ferait des belles photos avec Raphaël!!
Catherine Couture Parfait pour ton contenu Instagram
N'oublie pas que j aimerais y aller avec toi et les enfants
Anaïs Paré on y retourne cette année? Avec la poulette en plus
Chanceux Jake Prevost, cueillir des citrouilles
Natacha Côté avec les enfants pis océ et Louka
Yannick Dubé on va y allez cette année avec bb
Emmanuelle Cloutier finalement c'est juste les fds pas la semaine
Marie Laliberté avant mon départ pour la France pleas
Marie-pier Lessard ramasse moi 2-3courges vartes svp, couper en tranche c est malade sur le bbq.
Izz Auger Jessica Joubert un ptit labyrinthe de nuit ça vous le dit
Gabrielle Bolduc Marie-Claude Poulin checkez nous bin être en file devant l'entrée à attendre que ça ouvre le premier jour!
J'aimerais savoir ses ou est le cou pour rentrer j'aimerais aller avec mes enfants et mes petits enfants
Christellee Quirion faudrait y retourner en allant monter la montagne
La ferme et les jeux gonflables sont ils là à tous les jours? ou juste les fins de semaine..
Célya Harisson prochaine fds avec les kids ont va là avec le Woodoliparc
Annie Laplante on vas-tu se perdre en gang ou simplement oublier 1 ou 2 zinfants pendant le parcours
Le labyrinthe seras tu ouvert les lundi et mardi
Peter Nadeau ça s'en vient le temps d'automne
Le parcours de l'année passée était super! J'ai hâte d'essayer le nouveau
Sophie Lachance Mathilde Gagné-Roberge soe tu essayeras d'aller aux toilettes avant de commencer et faudrait pas se rendre à 1h plus loin
Marie-Josée Pier Antoine Goulet un sortie de famille avec les Bélanger
ca ressemble à nous qui se demandent si on va sortir par la sortie un jour
Mélina Gagnon Faut se reprendre cette année pour la cueillette de citrouilles
Émilie Pageau on doit y retourner
Édouard va triper a courir dans le labyrinthe lol

Catherine Pelletier-Leduc on pourrait y aller avec les gars
Catherine Boily je me demande si nous serions meilleures que l'an passé
Tommy Poulin on pourrait aller là avec des copains
Claudie Aeschimann Ljstne JLbt please ça me tente de me perdre avec vous
ROxanne Asselin une autre mauvaise idée
Chantale Lessard Mélanie Poulin est-ce qu'on essaie de faire mieux cette année
Jessica Fortin on se redonne tu une chance cette année
Anabelle Bourk mon occasion de te trainer en beauce
Un si bel endroit très près de chez nous
Bri Led seulement si nous sommes attachés
Claudia Barrette si on veut se perdre comme il faut hahaha
Bar + nuit + labyrinthe on pourrais pas s'en sortir cette fois-ci Megane Jacques Marie-Soleil Jacques
A-Pier Quiriion ce serait hot un soir
Mathieu Bélisle to do list !! (Même si ça me fait chier de mettre des activités d'automne dans la to do)
Véronique Veilleux ça serait cool avec nos hommes
Cassandra Bolduc Marie-Claude Poulin Jean-Guy Bolduc à mettre à l'agenda! Maxence m'en parle encore
C'est capotant les labyrinthes, j'en ai fait avec mes petits enfants à Kingston, On
Charles-Eric Morin ont ira faire notre tournée à cette date
On vous souhaite plus de chaleur et de soleil pour vos plants! C'est un très long printemps pour les petites pousses
WOW Lucie!!! Tu fais si jeune!! Bonne fête et une belle journée
Merci pour tout ses vœux c'est vraiment gentil
Bonne fête Lucie, tu restes jeune. bonne journée et savoure tou

- PME : Camping Le Chevalier

Peut coucher co bien dans le chale
Prendre note que le bricolage aura lieu au chapiteau à partir de
Est-ce que c est toujours disponible? Quel est le prix
<u>Philippe Nadeau Viens nous rejoindre C'est à côté de notre roulotte</u>
combien coute un tour de cheval
Le méchoui samedi combien coûte les billets ?? Merci
Combien et est-ce qu'il y a le wifi
Peut on avoir des photos de la roulotte? Et combien
<u>Jessica Bouffard pour une autre année!</u>
J'aimerais connaître le salaire et avantages merci
Trop cool le enfants adorent ça
Pourquoi le vidéo et sur le côté pas facile a regarder. Merci Luc ppur ce beau labyrinthe
Est ce qu'il sera la pendant les vacance de la construction
Le module sur le lac sera t-il la en août également
J'ai hâte de connaître votre programmation pour la prochaine fin de semaine
<u>Camping Le Chevalier est-ce que le module sur le lac sera installé ce week-end</u>
Super belle place on peut pas cet année mais on va retourner c est sur parti remise pour nous le chalet est parfait pour une famille de 5
L'équitation c'est tu juste la fin de semaine
Est-ce que vous accueillez des campeurs avec leur chevaux
Avez-vous le nom de la compagnie qui a fait cette piscine. Merci
My God c'Est magnifique
Wow! Trop hâte d'y retourner cet été
<u>Marie-Pier Trépanier. On va etre bonne pour essayer cette été ..drette en bas de la rue de nos terrains en plus</u>
Je vois votre publication par hasard. Super piscine et camping génial ! Mais où est ce camping? J'ai regardé votre page, rien d'indiquer.
Enfin... Profiter- en..... belle initiative pour avoir changer le pont
Avec quelques palmiers on va se croire dans le sud
<u>Mélanie Dubois vient tu en fds? On l'a essayé à l'ouverture et on a bien aimé en plus c'est juste à coter de mom</u>
Super . Nous avons essayé pendant le week end et les enfants ont adorés.
Il y a un horaire de mise en service pour les jeux d'eau sous les fortifications? Ils étaient fermés à nos deux dernières visite.
<u>Vingtcent Ffaucher notre future piscine</u>
Bonne vacances à vous tous
Le plus beau des terrains de camping

T avais pas dit que j'avais acheter le camping
Vraiment beau Luc bonne job
<u>Cath Pleau regarde bien les côtés du pont</u>
C'est donc ben cool ça
<u>Aniick Tousignant on aurait du y aller aujourd'hui:</u>
<u>Yves Bilodeau a temps pour nos vacance</u>
<u>Jessy Gouin il manque de fds dans un été! Ça aurait été cool À essayer aussi</u>
Caroline Goupil Jean-François Dj-Doog Moreau y va falloir y retourné c sure
<u>Cassandra Lessard ca jte disais la nouveauté cette année</u>
Ari Lprt Pierre-Luc Parent Jonathan Plourde pour l'été prochain on devrait aller essayer
<u>Dan Cote c'est tu la piscine au fond proche de ton terrain</u>
yes avec ma famille tres hate
<u>Nataly Hovington Faut aller goûter à ça avec les kids</u>
wow c'est vraiment beau
quel beau travail
<u>Mélanie Lessard on pourrait aller se sauce</u>
C'est vraiment plate que on est venu ici avec les enfants pour profiter de la piscine, mais elle est pas ouverte la semaine..
<u>David Landry sa l'aire super koo</u>
Super belle piscine mais pas chauffer c est pas terrible
Est-ce qu'elle sera encore ouverte pour la fds de la fête du travail
<u>Messemble je verrais des ptits cocktails et des slush enfants labas moi Cocktails Signature C.G</u>
<u>Claudia Labbé Luc Poulin, j'en connais une qui va aimer ça</u>
Hamély Boulanger Meg-Ann Gingras nous allons avoir une belle et nouvelle piscine
<u>Mathieu Lamontagne à temps pour nos vacances</u>
Elizabeth Sanderson Pierre Baillargeon regarder comment elle est belle leur nouvelle piscine
Maude Tourigny Dorion Chantal Paquet juste attend pour nous
<u>Regarde Michael St-francois il y aura une nouvelle piscine style plage</u>
<u>Colette Grenier cest le camping je te parlais</u>
<u>Meggy Plante c'est beau il faudrait y retourner</u>
<u>Jonathan Como ça aurait été parfait la dernière fois</u>
Maxime Lachance Gravel Mélanie Instructeur Zumba Mathieu Sevigny prochain road trip familiale
Hein woow ca vas etre le fun ca Manon Julien Chantal Giasson Josee Larocque tout neuf
Isabelle Demers Louise Poulin Shawn Perreault on est correct c est a coter de nos terrain lol

Maryline Hébert ce que l'on te parlait la semaine passée
<u>Sarah Bélanger en fds pour se faire bronze</u>
<u>Valérie Fortin faudrait y aller avec les enfants 1 fois cet été</u>
<u>M-a Leblanc 2 semaines trop tard</u>
Il me semble avoir vu que nous devons réserver pour un minimum de 5 jours jusqu'à là mi-août si ce n'est plus cas, on irait bien un week-end!
<u>David Marcoux dans l'pire on peut y aller une journée</u>
<u>Ohhhh le vla le ptit veau, quand il est née! Jessica Labrecque</u>
<u>Anna-Ève Tanguay montre ça aux enfants</u>
On va peut-être pouvoir le voir au camping en fds
<u>Sebas-Chuck Doyon mémé va capoter lol</u>
<u>Ohhhh le vla le ptit veau, quand il est née! Jessica Labrecque</u>
<u>Myreille Alain un des campings que je te parlais!!</u>
<u>Vicky Dupuis pour notre fds tu amènera le stock d'hockey au gars</u>
Quelqu'un sait à quel heure les feux d'artificielle ..merci
Les feux d'artifices étaient beaux, mais l'auraient été encore plus sans la grosse lumière blanche dans le pignon de la bâtisse principale
Quelqu'un connaît le nom de ce chalet pour pouvoir réserver en ligne
<u>Marie-Ève Morasse parfait pour vous</u>
Ti Karl Lacharité Myckaël Robert Daphnée Morin Grenier Jinny Daigle Nicolas Marchand Émilie Bouchard c'est un des chalets qu'on a louer si vous voulez vous joindre à nous avec nos dates, il reste de la place
peut-tu y aller pour une journée seulement ? sans dormir là
Stf Rioux Sandra Bélanger Karine Therriault ça l'air d'un beau camping
C'est combien pour les tours de chevaux?
Le resto est ouvert aussi maintenant le dimanche de 11h jusqu'à 19h
Nous sommes de passage et avons perdu notre petit chat roux opéré dégriffé et sous médication si vous le voyez svp m'écrire sur Messenger
Milles merci photo sur demande et si possible de l'annoncer au micro avant notre départ de demain

- PME : Ranch Dupont

Oui je l' ai vu aujourd'hui je suis enfin voir le Ranch Dupont!!! J' ai adorer ma visite!!!! En plus c' est à Shawinigan Bravo à toute l' Équipe du Ranch et Merci de nous faire voir ces animaux . Je vais parler de vous!!! Lâchez pas pour votre travail !!!
Omg , je lui ferais plein de câlins et de bizou à lui
J'y ai été aujourd'hui pour la première fois avec ma petite fille et j'ai vraiment r'té impressionnée les animaux sont bien, c'est propre et très abordable
Stéphanie Il faudrait que tu es une maison en campagne où tu pourrais avoir beaucoup beaucoup de chats
Faudrait bien que je planifie une visite chez vous
Il son magnifique tous les deux mercie pour cette belle photographie et bonne soirée à toi
Nous l avons vu mercredi il est beau
J'ai visité votre merveilleux Ranch jeudi le 25 avec mon petit fils ,
Nous avons acheté la figurine gnou , il l'adore
c'est tellement beau à visiter , un accueil chaleureux , personnel heureux et la propreté des lieux
vous faites du très beau travail les animaux sont heureux dans ce jolie décor , Bravo j'ai hâte d'y retourner , lâchez pas
Tommy Parenteau on y va début septembre
Ayoye très belles photos
Très belles photos effectivement de bien belles bêtes
Les photos sont à couper le souffle
J'ai eu beaucoup de plaisir et j'ai passé un bel après-midi! Continuez votre beau travail! Vos bêtes sont superbes! Bonne fin d'été!
Wow!!! Magnifique photos
Tellement de talent Luc LEvesque et les animaux sont magnifiques
Wow magnifiques photos
On peut faire un visite VIP ? Comment cela fonctionne
Super touchant de voir ça. C'est la preuve que les animaux sont bien chez vous.
Magnifique et impressionnant, vraiment de beaux gnous
Wow!!!!!! Tellement beau de voir des naissances!!!! Ils sont chanceux d'être dans un endroit comme la vôtre
Oh, il est tout mignon!! Merci d'être des anges pour eux
Nous sommes allé le voir aujourd'hui, trop mignon
Magnifique et sont bien au Ranch avec vous autres
un gaou est le nom d un bébé gnou et la femelle c est une maroufle....alors la maroufle et le gaou se portent à merveille ,
William Lesieur pour ton bébé

Melissa Doucet bin voyons on a manqué ça hahaha
Mariee-Michèle Bergeron David Dupont Pas le goût d'y retourner, on y va demain
Yeah !! Nous sommes en route
Melissa Rochon...on les manquera d une journée
Valérie Bourbeau prochaine sortie animaux
J'aimerais tellement visiter votre ranch avec mon conjoint Jacques et c'est pourquoi j'aimerais gagner !!!!
Avec mes 3 boys nous venons d'emménager! Ça seront une belle découverte ! Merci
J'irais avec mes filles
J'aimerais visiter votre ranch en famille avec mes beaux-parents qui viennent de l'extérieur de la Mauricie.
j'y suis allée récemment avec mon fils et sa famille et j'aimerais faire découvrir le Ranch à ma fille et son amoureux.
Avec mon frère Gilles sa femme ma soeur Liette sans oublier mon conjoint
Avec ma famille et ses la fete a ma fille le 9 aout sa serais une merveilleuse sorti
J'aimerais bien revenir faire une visite avec ma famille
J'aimerais y aller sûrement seul
Wow! Avec mon conjoint et mes 2 enfants!
Nous y étions aujourd'hui! J'aimerais en faire profiter mon neveu et ma filleule la prochaine fois
Avec ma fille de 5 ans et mon conjoint Kevin Bellemare kevin sa serais un beau cadeaux de fête à kamy
J'irais avec mon chum et mes deux enfants, tous amoureux fous des animaux.
avec mes ptits enfants qui adorent les animaux et faire une visite ds notre coin de pays
Aller sur la publication originale ici ils ne verront pas
nous avons été au Ranch la semaine dernière et nous avons vu *Cowboy* le bébé raton qui buvait son biberon , on a été chanceux
J'envoie tout le courage à la maman et je compatie pour la fin de grossesse dans cette chaudière
Comme c'est beau à voir. Superbes photos
Tellement beau à voir, ils sont magnifiques
Félicitations à la maman et j'ai très hâte de rencontrer Moana
Nous l'avons aperçu hier elle était couchée très très proche de sa maman. Superbe ranch la propriétaire très sympathique. Je vais y retourner
Maxime St-Amour raison de plus pour y aller
Wow!!!!!! Tellement beau de voir les naissances J'aurais aimé être là!!!! Il y a un autre bébé qui s'en vient aussi... Une Chamelle qui va avoir son petit bientôt!!! Vos animaux sont chanceux d'être dans ce bel environnement!

ohhhh magnifique!!! Et la maman chameau, est-ce qu'elle a eu son bébé? On est allés vous voir début juillet avec nos deux garçons, et vous nous aviez dit qu'elle allait l'avoir dans pas trop long... On se demande toujours si elle l'a eu
félicitations, vous avez tellement un bel endroit
Wow une nouvelle vie qui commence, c'est toujours magnifique.
Wow tout attendrissant c'est beau de voir une toute nouvelle vie
Il est né dans un endroit où les gens prendront bien soin de lui!
'étais là !!!!! c'est mon co joint et moi qui avons remarqué qu'elle travaillait fort bravo tite mère
Félicitations pour tout le boulot accompli à toute l'équipe du Ranch Dupont!
Je me souviens d'avoir promenée Cendrillon avec un harnais quand elle était bébé ! Là j'ai l'impression que c'est elle qui me promènerait
On va y aller avec mes petits enfants la semaine prochaine
Très bien entretenu, et le personnel gentil
C'est où ce serait bien de l'indiquer.
Un ranch a voir et a revoir avec des gens tellement voués et sympathique!!!! J'ai adoré ma visite
Oh oui, mais je travaille jeudi, vendredi, samedi et dimanche. Cela dépendra de la journée que vous choisirez
J'ai adoré notre journée !au plaisir d'y retourne
Rachel Chiasson ça c'est une place magnifique on y a été l'été dernier belle place pour les enfants et c'est tellement peu dispendieux
Belle activité en famille et tout près c'est à voir
Avez vous une location de chaise roulante? Ma grand mère voudrait bien venir
J'ai hâte d'aller vous voir avec mes deux filles
Alexe Girard faudrait y retourné une journée sans se faire prendre a la pluie
La seul chose qui vous manque ses des jeu deau
Il y a des jeux gonflables chaque jour 0.0 ?On y a pas encore été cette année on y va bientôt justement
Est-ce à tous les jours les activités
Bourgeois Monique sur affiche c'est marquer shawinigan Monique
Diane Gauthier Johanne Gauthier? Ça vous tenterait tu avec les gars?
Marie-Paule Langlois ou je veux amener Laurie
Quand la naissance du bébé chameau est-elle prévue
Salut à vous tous, bonne semaine!! Très hâte de revoir tous ces amours choyés par des gens dévoués.
Bravo pour à vous et bon succès merci
C était notre première visite hier et ce ne sera pas la dernière assurément. Nous avons adoré. Félicitations à vous deux et toute votre équipe
Félicitations

Félicitations
Quand vous avez une aussi belle équipe c'est normal d'être aussi populaire
Superbe article, nous avons déjà hâte de revenir!
Nous vous avons visités 3 fois depuis votre ouverture Joliette
On aura pas le choix de se prendre une passe familiale... Nous sommes à deux visites déjà pour cette année et mon garçon y retourne avec le camp de jour la semaine prochaine le chanceux
Mon petit fils me disais dans l auto en revenant, les bébés raton laveur on n est pas supposer jouer avec ça comme les enfants faisais en, il va mourir
Vous etes super!!!! Tres belle endroit j adore
Caroline Montplaisir je viens de comprendre pourquoi Flo a écouté Trolls 2 soudainemen
J'aurais plusieurs questions. Vos heures d'ouverture, les prix, et peut-on apporter nos lunchs? Merci beaucoup de me répondre. Bonne journée
Audrey Desmarais c'est en fds qui aurait fallu y aller étant donné que nos enfants préfèrent les jeux hahaha
Catherine Auclair Thivierge pendant nos vacances Branche ne sera plus là mais.
France Montambault , est-ce que ça vous tenterait cette fin de semaine là
Katheriinee Crispo ça pourrait être cool avec les kids

- Récapitulatif des PME

Réseau social	PME	Nombre d'abonnées	Nombre moyen d'interactions / publication	Nombre moyen de publication / mois
	Rien ne se perd tout se crée	40,8k	23	41
	Marée chandelles	24,3k	22	58
	Vignoble Val Caudalies	4,4k	11	3
Facebook	Houblon des jarrets noir	13k	30	8
	La boucanerie Del Tonio	13,2k	115	6
	Bleuetiere Marland	16,7k	34	8
	Ferme Horticole Gagnon	6,5k	25	4
	Ranch Dupont	17k	72	5
	Ferme Simon Fortin inc	4,5k	72	5
	Camping Le Chevalier	16,1k	22	7