



«Noël à la carte» renouvelle son action

Au profit de l'Association québécoise de la fibrose kystique



par **Maxime Rioux**

[Voir tous les articles de Maxime Rioux](#)

Article mis en ligne le 2 octobre 2008 à 22:10

[Soyez le premier à commenter cet article](#)

Encore cette année, les entreprises québécoises ont une l'opportunité de donner un sens social et une touche artistique à leurs vœux de fin d'année grâce à la campagne 2008 «Noël à la carte». Cette année, les responsables de cette initiative souhaitent amasser la somme de 25 000 \$ dans les régions Centre-du-Québec et Bois-Francs. Avec l'arrivée imminente de la fête de Noël, les compagnies québécoises devront bientôt renouveler leur collection de cartes de vœux et trouver celles qui illustreront fidèlement leur culture tout en les aidant à assumer leur responsabilité sociale. C'est pour faire rimer originalité avec générosité que «Noël à la carte», lance à nouveau cette année son opération «cartes de souhaits du temps des fêtes» qui vient en aide à l'Association québécoise de la fibrose kystique (AQFK). Le catalogue 2008 propose cette année une impressionnante sélection de 58 modèles de cartes de Noël présentant des œuvres créées exclusivement pour l'occasion par de talentueux artistes québécois.

Une carte, un don pour la fibrose kystique

Existant depuis 2000, Noël à la carte permet chaque année de verser une somme importante à l'Association québécoise de la fibrose kystique et ainsi de contribuer aux progrès de la recherche médicale qui, on l'espère, permettront un jour de vaincre la fibrose kystique, une maladie génétique mortelle qui touche des milliers d'enfants et de jeunes adultes. En 2007, l'opération avait permis de récolter 21 000 \$ pour l'Association. Les responsables de la campagne 2008 souhaitent remettre pas moins de 25 000 \$ à l'AQFK.



Sur cette photo, on reconnaît les deux gouverneurs influents de la communauté d'affaires de la MRC Drummond, à savoir Martin Dupont, directeur général de la Société de développement économique de Drummondville, et Martin Allard, directeur de succursale pour le compte de la Banque de développement du Canada. Ils sont entourés de Johanne Marceau, éditrice du journal L'Express (Transcontinental), et Geneviève Allaire, directrice régionale de Noël à la carte. Soulignons que l'entreprise Transcontinental soutient Noël à la carte depuis sa fondation et qu'elle est toujours un partenaire local.

Instigatrice de la campagne Noël à la Carte, la société Artifex, qui est spécialisée dans la conception de cadeaux d'affaires exclusifs, dérivés d'œuvres d'art créées sur mesure, a approché plus de 20 artistes québécois de renom pour concevoir des peintures uniques pour l'édition 2008 de l'opération. Les entreprises québécoises pourront notamment choisir parmi les œuvres de Céline Brossard, Sylvie Cloutier, Marc Galipeau, Jean Grenier, Lise Labbé, Gilles Labranche, Lise Lacaille, Louise Lacourse, Nicole Laporte, Sharon Mark, Serge Nadeau, Ginette Paquette, Robert Roy et Richard Savoie.

«Les artistes se sont inspirés de l'ambiance magique du temps des fêtes pour réaliser des œuvres recherchées et raffinées, proposant des modèles au style traditionnel ou contemporain, parfois même surprenants ou inattendus», a déclaré France Allaire, historienne en art et cofondatrice de la campagne Noël à la Carte.

À noter que, cette année, les œuvres d'un peintre de Sainte-Perpétue, en l'occurrence Robert Roy, et de sept artistes de Victoriaville font partie de la sélection.

Fait intéressant, soulignons que les cartes sont imprimées sur un papier conforme aux normes SFI-ISF, soit «Initiative de soutien des forêts».

Céline Dion

Noël à la Carte compte aussi sur un appui de taille, car nul autre que la chanteuse Céline Dion soutient la campagne à titre de marraine d'honneur. «Je suis très heureuse d'être la marraine d'honneur de la campagne Noël à la Carte et d'ajouter ainsi mon nom à celui des femmes et des hommes d'influence et de cœur qui ont choisi d'aider les enfants affligés par la fibrose kystique. Cette année, privilégiez Noël à la Carte et vous aurez l'assurance de participer à un geste collectif d'une grande importance», a fait savoir la populaire chanteuse.

Parce que la cause est importante et que la maladie doit être vaincue, Noël à la Carte s'est adjoint le soutien de deux gouverneurs influents de la communauté d'affaires de la MRC Drummond, qui, fidèles à la cause de l'AQFK, contribuent par leur implication et leur renommée au succès de l'opération. Il s'agit cette année de Martin Allard, directeur de succursale pour la Banque de développement du Canada, et de Martin Dupont, directeur général SDED. La campagne a été lancée sous la présidence d'honneur de monsieur Sean Finn, premier vice-président Affaires publiques, chef de la direction des Affaires juridiques et secrétaire général du CN. En appui au président d'honneur, un comité a été formé pour promouvoir la campagne dans les milieux d'affaires, il s'agit du bureau des gouverneurs Noël à la Carte qui regroupe plusieurs personnes influentes.

Fibrose kystique

La fibrose kystique (FK) est la maladie génétique mortelle la plus répandue chez les jeunes Canadiens. La FK affecte en moyenne un nouveau-né sur 3600 et une personne sur 25 est porteuse de la version défectueuse du gène responsable de la maladie. La FK affecte plusieurs organes nécessaires à la survie, mais s'attaque plus particulièrement aux poumons et au système digestif.

Pour commander

Pour recevoir gratuitement le catalogue Noël à la Carte, les entreprises peuvent obtenir tout à fait gratuitement le catalogue «Noël à la carte». Pour ce faire, il suffit de composer le 819 478-8978, d'envoyer une demande par courriel à l'adresse ga@noelalacarte.com, ou de se rendre sur le site Web www.noelalacarte.com. Sur ce même site, il est également possible de confirmer une commande en

utilisant le bon de commande interactif prévu à cet effet. L'an dernier, pas moins de 400 000 cartes ont été vendues dans le cadre de la campagne annuelle. Depuis la première campagne, en 2001, 150 000 \$ ont été remis à l'Association québécoise de la fibrose kystique.

L'an dernier, la même campagne avait permis de recueillir 21 000 \$ grâce à des commandes placées par plus de 1000 clients.

«La moyenne des commandes est d'environ 125 cartes, a exposé Martin Allard. Nous avons commencé à passer des commandes il y a quelques semaines.»

«Plus les gens commandent rapidement, plus grand est le choix, a fait valoir quant à elle Geneviève Allaire. Par ailleurs, les gens qui passent des commandes de plus de 150 cartes reçoivent six lithographies gratuitement.»