

Réseau des
**SADC
+CAE**

Société
d'aide au développement
des collectivités et Centre
d'aide aux entreprises

DE L'AUDACE À LA RÉUSSITE

DES HISTOIRES D'ENTREPRENEURS D'ICI



DE L'AUDACE À LA RÉUSSITE

DES HISTOIRES D'ENTREPRENEURS D'ICI

Réseau des
**SADC
+CAE**

Société
d'aide au développement
des collectivités et Centre
d'aide aux entreprises

CONCEPTION GRAPHIQUE
Esther Côté

POUR OBTENIR UN EXEMPLAIRE DE CE LIVRE
Réseau des SADC et CAE
979, avenue de Bourgogne, bureau 530
Québec (Québec)

T : 418 658-1530
F : 418 658-9900

sadc@ciril.qc.ca

ISBN 978-2-922880-05-2
Dépôt légal - Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2012
Dépôt légal - Bibliothèque et Archives Canada, 2012

sadc-cae.ca

Canada Développement économique Canada appuie
financièrement les SADC et les CAE

PRÉFACE

Merci de me donner l'occasion de rendre hommage aux artisans de cette magnifique publication et de témoigner du rôle joué par les SADC-CAE dans l'élaboration d'un discours sur l'entrepreneuriat au Québec. Le Programme de développement des collectivités (PDC) a débuté au milieu des années 1980. Cette initiative du gouvernement du Canada s'intéressait aux collectivités défavorisées des régions ressources. Dans la même période, le cours-concours Devenez entrepreneur a été publié dans les quotidiens du Québec. Ce projet, mis au point par la Faculté des sciences de l'administration de l'Université Laval, a connu un vif succès. Il a permis, entre autres choses, de préciser le rôle de l'entreprise et de l'entrepreneur pour créer des emplois dans nos milieux.

Dès les débuts de cette opération, les SADC-CAE ont participé à sa réussite. D'ailleurs, ce concours se poursuit année après année sous l'appellation Concours québécois en entrepreneuriat.

Tout au long des 25 dernières années, le discours sur l'entrepreneuriat s'est précisé, avec la participation active des 1 350 bénévoles et des 400 professionnels des SADC-CAE. Progressivement, des évidences sont apparues. En voici quelques-unes :

- ▼ Le potentiel entrepreneurial existe dans nos milieux pour créer les entreprises et les emplois nécessaires.
- ▼ Il n'y a pas de limites à la créativité des hommes et des femmes.
- ▼ La culture entrepreneuriale est un antidote à la pauvreté.
- ▼ L'entrepreneuriat, c'est l'outil des gens pauvres qui veulent s'en sortir.

Au-delà de ces vérités phares, un consensus a été établi sur minimalement quatre valeurs de base pour une véritable culture entrepreneuriale, soit : l'autonomie, la responsabilité, la créativité et la solidarité.

Dans cet ouvrage, 67 exemples, en provenance d'autant de collectivités, surprennent par leur pertinence et leur variété. La réussite de ces projets est souvent partagée avec d'autres intervenants du milieu, et cela, de façon harmonieuse. Pour avoir côtoyé les bénévoles et les professionnels sur le territoire, j'ai pu constater qu'ils partagent trois caractéristiques : une grande **passion** pour leur travail, un souci d'assurer un **accompagnement** compétent et généreux, et une préoccupation **d'enraciner** des projets dans la collectivité.

Les SADC-CAE œuvrent sur des territoires au premier abord difficiles; la conjoncture politique a parfois rendu leur tâche délicate, mais ils ont prouvé, ici et ailleurs, qu'ils savent relever des défis. Déjà, l'OCDE a fait une évaluation très positive du PDC et, dans cette foulée, le Québec tout entier ne peut qu'applaudir à ces réussites.

Paul-A Fortin

PAUL-A FORTIN



HOMME DE RÉFLEXION ET D'ACTION, PAUL-A FORTIN EST DÉTENTEUR D'UN DOCTORAT EN MARKETING ET MANAGEMENT DE L'UNIVERSITÉ LAVAL. IL EST ENTRE AUTRES, LE FONDATEUR DE DEUX ENTREPRISES DE PRODUITS CHIMIQUES, DE LA FONDATION DE L'ENTREPRENEURSHIP ET DU CENTRE DE RECHERCHE ET D'EXPERTISE EN ESSAIMAGE. IL A INFLUENCÉ LA FACULTÉ D'ADMINISTRATION DE L'UNIVERSITÉ DE SHERBROOKE, CONTRIBUANT AU DÉVELOPPEMENT DE LA RECHERCHE EN DÉVELOPPEMENT LOCAL ET DE L'INSTITUT D'ENTREPRENEURIAT.

IL EST CONSIDÉRÉ PAR SES PAIRS COMME LE PÈRE DE L'ENTREPRENEURIAT AU QUÉBEC.

BAS-SAINT-LAURENT

- 10** SADC des Basques / Imprimerie Publicom inc.
- 12** SADC du Kamouraska / Graphie 222 inc.
- 14** SADC de La Mitis / Créations Manon Lortie
- 16** SADC de la Matapédia / Passion Mode
- 18** SADC de la MRC de Rivière-du-Loup / Servlink Communication
- 20** SADC de la Neigette / Utopie Snowboards
- 22** SADC de la région de Matane / Les Cuisines Gaspésiennes
- 24** SADC de Témiscouata / Coopérative forestière Haut Plan Vert

SAGUENAY–LAC-SAINT-JEAN

- 26** SADC du Fjord / AIDE-TIC
- 28** SADC du Haut-Saguenay / Les Finitions de Béton Sylvain Tremblay (LFB)
- 30** SADC Lac-Saint-Jean-Est / Industries Grandmont
- 32** SADC Lac-Saint-Jean Ouest / Aircraft Maintenance Systems RD (AMS)
- 34** SADC Maria-Chapdelaine / Industries B.R. Métal inc.

CAPITALE-NATIONALE

- 36** SADC Charlevoix, Côte-de-Beaupré, Île-d’Orléans / Domaine de la Vallée du Bras
- 38** SADC Portneuf / Machitech Automation

MAURICIE

- 40** SADC Centre-de-la-Mauricie / Le Trou du Diable
- 42** SADC du Haut-Saint-Maurice / Pro-Mec Élite inc.
- 44** CAE LaPrade Trois-Rivières / TMA inc. (Technologie du magnésium et de l’aluminium)
- 46** SADC de la MRC de Maskinongé / Nathalie Fleuriste
- 48** SADC Vallée de la Batiscan / Coop de couture Batiscan

ESTRIE

- 50** SADC des Sources / ABS Remorques
- 52** SADC du Haut-Saint-François / IGA Cookshire
- 54** CAE Memphrémagog / Entre Cimes et Racines
- 56** SADC de la région de Coaticook / Ferme Martinhel
- 58** SADC de la région de Mégantic / Meunerie Milanais
- 60** CAE Val-St-François / Pratiko

OUTAOUAIS

- 62** SADC Papineau / Resto chez vous
- 64** SADC Pontiac CFDC / Escapade Eskimo
- 66** SADC Vallée-de-la-Gatineau / Fromagerie La Cabriole

ABITIBI-TÉMISCAMINGUE

- 68** SADC d’Abitibi-Ouest / Fromagerie Dion
- 70** SADC Barraute-Senneterre- Quévillion / Les Bois G.L.A. inc.
- 72** SADC Harricana / GN Roy
- 74** SADC de Rouyn-Noranda / Les Réclamations du Nord-Ouest
- 76** SADC du Témiscamingue / LVL Global
- 78** SADC Vallée-de-l’Or / Au grenier des saveurs

CÔTE-NORD

- 80** SADC Côte-Nord / Marché MelLau
- 82** SADC de la Haute-Côte-Nord / Coopérative de travail Unitek
- 84** SADC Manicouagan / Nord-Forêt inc.

NORD-DU-QUÉBEC

- 86** SADC Chibougamau-Chapais / Groupe DLB
- 88** SADC Eeyou Economic Group / Station-service Bedabin
- 90** SADC de Matagami / Dépanne-Nord Sermax
- 92** SADC Nunavik Investment Corporation / Nunavik Mechanical Contractor

GASPÉSIE–ÎLES-DE-LA-MADELEINE

- 94** SADC de Baie-des-Chaleurs / Navigue.com
- 96** SADC de Gaspé / Aquaculture Gaspésie inc.
- 98** SADC de Gaspé-Nord / Armoires des Monts
- 100** SADC des Îles-de-la-Madeleine / Fromagerie du Pied-de-Vent
- 102** SADC du Rocher-Percé / Fumoir Monsieur Émile

CHAUDIÈRE-APPALACHES

- 104** SADC de l’Amiante / Biodélices
- 106** CAE Beauce-Chaudière / Parc Étoland
- 108** SADC Bellechasse-Etchemins / Groupe CFR
- 110** SADC de Lotbinière / Ferme Highland Lotbinière
- 112** CAE Montmagny-L’Islet / Café La Coureuse des Grèves

LANAUDIÈRE

- 114** SADC Achigan-Montcalm / Conception Impack
- 116** SADC de D’Autray-Joliette / Fromagerie Domaine Féodal
- 118** SADC Matawinie / Aluquip

LAURENTIDES

- 120** SADC d’Antoine-Labelle / Fermes de toit J.P.C.
- 122** SADC des Laurentides / Rouge Marketing & Communications
- 124** CAE Rive-Nord / Horizon Multiresource

MONTÉRÉGIE

- 126** CAE Capital / 8D Technologies
- 128** CAE Haute-Montérégie / Granits Richelieu inc.
- 130** CAE Haute-Yamaska et région / DeltaGomma
- 132** SADC Pierre-De Saurel / Fromagerie Polyethnique
- 134** SADC de la région d’Acton / Denis CIMAF
- 136** SADC du Suroît-Sud / Contacts électriques Exel

CENTRE-DU-QUÉBEC

- 138** SADC Arthabaska-Érable / Pro-Lacto
- 140** CAE de Drummond / La.Recharge.ca
- 142** SADC de Nicolet-Bécancour / Rotec International



REMERCIEMENTS

Nous remercions sincèrement toutes les personnes qui ont travaillé à la réalisation de ce livre. Merci aux entrepreneurs qui ont donné généreusement de leur temps et qui ont partagé leur histoire avec une grande ouverture. Merci aux 67 SADC et CAE pour leur précieuse collaboration.

UN SUCCESSEUR DE GUTENBERG À SAINT-ÉLOI

Il y a près de 30 ans, un jeune automobiliste qui circule sur l'autoroute Décarie à Montréal, comme il en a l'habitude, est victime d'un terrible accident et passe à un cheveu d'y laisser sa vie...

VIRAGE À 180°

Cet accident, qui aurait pu mettre un point final à une existence, va au contraire constituer la première page d'une nouvelle vie. Ce jeune homme chanceux, en effet, c'est M. Pierre Dufresne, aujourd'hui président d'Imprimerie Publicom inc. Quand il revient au bureau après l'accident, c'est pour démissionner et prendre le chemin de la région des Basques, qu'il connaît, qu'il aime et dont il est persuadé qu'elle constitue un milieu de vie d'une grande qualité, convenant davantage à ses aspirations professionnelles et personnelles que la région de Montréal.

Nous sommes en 1985. La collectivité de Saint-Éloi a alors un projet des plus stimulants en chantier. « Démarrer une entreprise dans le domaine de l'imprimerie n'a rien d'un jeu d'enfant, particulièrement en région. Mettre sur pied un commerce capable de concurrencer le monde de l'imprimerie avec très peu de moyens financiers et pas beaucoup plus de connaissances, tel est le défi que les citoyens de Saint-Éloi, petite municipalité de moins de 350 résidents, ont décidé de relever », explique M. Dufresne, qui lui-même trouve un emploi à l'imprimerie et ne va plus quitter sa région d'adoption.

SERVICE SUR UN PLATEAU D'ARGENT

L'entreprise offre aujourd'hui le service de graphisme, l'impression numérique et l'impression offset; le tout est complété par quelques articles promotionnels. Sa gamme de produits est étendue et va de la carte professionnelle aux dépliants et aux affiches, en passant par les livres de prestige. En bref, Publicom offre ce que les gros imprimeurs ne peuvent faire, c'est-à-dire des travaux d'impression sur mesure. Quelque 1 500 clients font affaire avec l'imprimerie sur une base régulière, et l'entreprise dessert les régions des Basques, de Rivière-du-Loup, du Témiscouata et de Rimouski-Neigette. Chaque mois, 200 commandes sortent de l'imprimerie. À cet égard, d'ailleurs, M. Dufresne a trouvé un petit truc infaillible pour nouer des liens étroits avec la clientèle tout en étant rentable. Tout le monde à l'imprimerie, M. Dufresne y compris, fait de la livraison. Par conséquent, si vous croisez un employé de l'imprimerie, vous pouvez être sûr qu'il a un colis à laisser chez un client!

DANS LES COULISSES DE L'IMPRIMERIE

L'Imprimerie Publicom procure du travail à cinq personnes pendant toute l'année et à une autre personne en période de grande activité. Elle demeure avant tout une entreprise familiale. M. Dufresne n'est pas seulement le patron de la PME, il est avant tout un collaborateur et un père pour ses employés. Et même littéralement, puisque l'une de ses filles travaille avec lui. Tous les employés sont des connaissances ou des parents de la famille du président.

L'Imprimerie Publicom est reconnue pour assurer la pérennité de ses emplois. « Quand on offre un produit de grande qualité et qu'on peut compter sur de bonnes ressources humaines, c'est déjà une grande partie de la réussite d'une entreprise », fait remarquer M. Dufresne. Quelques employés qui étaient au poste le premier jour où M. Dufresne est entré en fonction sont encore à ses côtés aujourd'hui. D'autres ont pris leur retraite, entre-temps, mais seuls deux employés ont quitté l'entreprise de leur propre chef depuis sa fondation.

Toutefois, il serait injuste de croire que le rayonnement de Publicom ne dépasse pas le cercle familial. L'imprimerie jouit, au contraire, de l'appui de la collectivité dans son ensemble. Tout un chacun se reconnaît dans les valeurs profondément humaines adoptées par M. Dufresne et ressent une fierté bien légitime à voir le dynamisme de l'entreprise. Cette dernière est aussi bien appréciée par le milieu des affaires, en raison tant de son excellente réputation que de son implication dans le développement des affaires à l'échelle régionale.

ENTRE CLIENTS

La SADC des Basques est une cliente très satisfaite des services de l'Imprimerie Publicom, qui représente, par ailleurs, son plus ancien client. « L'Imprimerie Publicom a surmonté tous les obstacles et a toujours pignon sur rue aujourd'hui, après 25 ans d'activité. La volonté et la détermination, voilà ce qu'avaient à profusion les promoteurs pour faire démarrer cette aventure. On peut en tirer une leçon et y voir un exemple d'entrepreneuriat local. Chaque jour qui passe, cette entreprise démontre la véracité du dicton *Quand on veut, on peut* », rappelle le directeur général de la SADC des Basques, M. Yvanho Rioux.

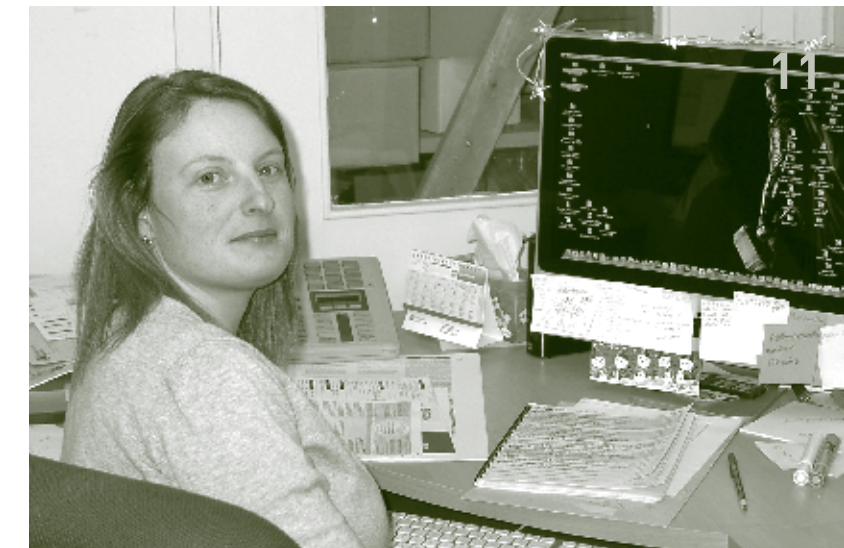
L'équipe de la SADC a participé à plusieurs projets de développement lancés par l'entreprise, tant sous la forme de capital-actions, de prêts, d'aide technique ou de formation et d'accompagnement. En collaboration avec un expert-conseil, elle a notamment prêté main-forte à l'imprimerie pour l'amélioration de sa productivité. En outre, de concert avec divers partenaires du milieu, tels que le Centre local de développement (CLD) des Basques et le Centre local d'emploi (CLE) de Trois-Pistoles, la SADC a orchestré l'intervention d'une firme de consultants en vue du transfert de l'entreprise à un membre de la famille de M. Dufresne. Malheureusement, ce processus n'a pas pu être mené à terme.

PAS DE LIGNE D'ARRIVÉE DANS LA COURSE AU PROGRÈS

Le métier d'imprimeur, comme bien d'autres, n'a pas échappé aux changements technologiques des cinquante dernières années. Dès son entrée en fonction, d'ailleurs, M. Dufresne a été sensible aux transformations dont son secteur d'activité faisait l'objet et il a tenu à ce que Publicom emboîte le pas. C'est ainsi que depuis qu'il est aux commandes de l'entreprise, les avancées technologiques se sont succédées au pas cadencé. Dès 1986, par exemple, le premier appareil permettant de saisir du texte électroniquement a été acquis. Cet équipement, qui permettait alors des prouesses techniques qui nous font sourire aujourd'hui, marquait le début d'une nouvelle ère technologique. Par la suite, l'Imprimerie Publicom sera la première dans l'est du Québec à disposer d'une presse numérique et la troisième dans tout le Québec à mettre en service une presse numérique à grande vitesse.

Le rôle de plus en plus important de la technologie dans les opérations d'impression a permis à M. Dufresne d'adopter des pratiques ingénieuses au sein de son entreprise. Par exemple, les ordinateurs sont remplacés à fréquence régulière, mais selon un principe astucieux. Les graphistes, qui en sont de loin les plus grands utilisateurs, reçoivent donc plus souvent des ordinateurs flambant neufs, et leur équipement usagé est alors mis à la disposition, par exemple, de la section de la comptabilité, dont les besoins informatiques sont moins élevés. Chez Publicom, on ne lésine pas non plus sur l'entretien des équipements. Les presses, à titre d'exemple, font l'objet d'une maintenance hebdomadaire, ce qui contribue à prolonger leur vie utile jusqu'à 40 ans, évite bien des problèmes techniques et, surtout, facilite la tâche du pressier.

Grâce à la clairvoyance de M. Dufresne, à sa capacité de toujours être à l'affût des nouvelles tendances et à sa volonté de garder l'entreprise à la fine pointe de la technologie, l'Imprimerie Publicom a pu constamment faire profiter la région des Basques et les autres avoisinantes de services d'une qualité égale, sinon supérieure, à ce qu'on trouverait dans les grands centres urbains du Québec. Avec, en prime, la fierté pour les clients de participer au développement socioéconomique de leur collectivité.



LA SIGNALISATION, INDISPENSABLE QUAND ON A DES PROJETS EN ROUTE

« Au fil des ans, j’ai développé le goût d’être propriétaire d’une entreprise où j’aurais les coudées franches pour mettre en application ma propre vision entrepreneuriale et où je pourrais partager, avec une équipe de collaborateurs, les valeurs qui me guident dans les décisions à prendre », déclare le président de Graphie 222, M. Bruno Morin.

On reconnaît ici les qualités d’un entrepreneur, et ce rêve de Bruno Morin s’est réalisé lorsqu’il a acquis Graphie 222 inc., entreprise établie à La Pocatière dans le Bas-Saint-Laurent, spécialisée dans la fabrication de produits d’affichage, d’identification et de signalisation répondant aux normes les plus élevées de qualité et de durabilité.

L’entreprise, qui utilise des procédés de découpe, de gravure et de sérigraphie fondés sur des technologies avant-gardistes en conception graphique, en esthétique industrielle et en fabrication assistée par ordinateur, s’est bâtie une grande renommée dans le créneau de la signalisation et de l’affichage industriel, et plus particulièrement dans celui du transport collectif (train, métro et autobus). Elle fait principalement de la sous-traitance pour Bombardier Transport. L’entreprise dessert le marché canadien et exporte aux États-Unis.



VISIONNAIRE INFATIGABLE

Ingénieur industriel comptant plus de vingt ans d’expérience dans son domaine, Bruno Morin a notamment occupé divers postes au sein de la haute direction de Premier Tech, où, parmi ses réalisations, il a réussi à appliquer à l’ensemble des filiales le mode de gestion élaboré au siège social de la grande entreprise.

Nul doute que M. Morin possède toutes les qualités pour répondre à la description d’un visionnaire. Capable d’anticiper, il est également doué d’une très grande ténacité quand il s’agit de mettre en pratique ses idées ou d’aller de l’avant avec une initiative qui fera grandir son entreprise. De par sa nature, il est porté à regarder en avant. C’est un trait de sa personnalité, mais c’est aussi parce qu’il est convaincu que l’avenir se prépare à la lumière des gestes que l’on pose aujourd’hui. Sa préférence pour le futur se reflète notamment dans sa volonté de toujours innover dans les façons de faire qui ont cours chez Graphie 222 et sa capacité d’être constamment à l’affût des avancées dans son secteur d’activité.

M. Morin s’est fait connaître comme un entrepreneur très rigoureux, ennemi irréconciliable du laisser-aller et de l’à-peu-près. Dans tout ce qu’il accomplit, il aurait plutôt tendance à appliquer le dicton selon lequel tout ce qui mérite d’être fait mérite d’être bien fait, en insistant sur l’adverbe « bien ». Pour maintenir le cap sur l’excellence, il faut être exigeant. Exigeant, M. Morin l’est, effectivement, à l’égard de ceux et celles qui l’entourent, tout en étant toujours respectueux de ses partenaires, de ses clients et des membres du personnel de Graphie 222. De même, il est très exigeant vis-à-vis de lui-même dans tout ce qu’il entreprend. À l’instar d’autres entrepreneurs, il a le réflexe de chercher les raisons pour lesquelles une initiative ne donne pas le résultat escompté, mais là où il se distingue, c’est qu’il se demande également pourquoi un projet fonctionne à la perfection. C’est sa façon de garder Graphie 222 sur la voie de l’amélioration continue.

À LA DISPOSITION DES ENTREPRENEURS

En 2006, alors que M. Morin était à la recherche d’une entreprise à acquérir, il a été mis en communication avec la SADC du Kamouraska, qui s’apprêtait à administrer un programme de financement qui pourrait alors lui être d’une grande utilité, le Fonds de capital de risque pour la relève en entreprise. Cette mesure visait à maintenir en région des entreprises existantes, des emplois et des centres décisionnels. Elle avait été mise en place par le Réseau des SADC et CAE, en collaboration avec Développement économique Canada (DEC) ainsi qu’avec l’appui des sociétés de Capital de risques. « En fait, Graphie 222 a été la première entreprise à bénéficier, au Québec, du soutien du fonds. En travaillant aux côtés de M. Morin, toute l’équipe de la SADC a eu l’occasion d’apprécier tant l’extrême rigueur de sa démarche que la justesse de ses solutions pour assurer le développement

de son entreprise. En clair, nous nous estimons privilégiés de côtoyer un entrepreneur de la trempe de M. Morin », résume la directrice générale de la SADC du Kamouraska, M^{me} Brigitte Pouliot.

« Si ce fonds de capitalisation n’avait pas existé, la transaction et, donc, la relève de Graphie 222 n’auraient pas pu se réaliser. C’est aussi simple que cela », affirme sans ambages M. Morin. Tout au long d’un processus complexe, la SADC du Kamouraska a joué un rôle de conseiller auprès de l’entrepreneur et a vu, en outre, à réunir des partenaires financiers pour ce projet.

LE POUVOIR DE LA DIVERSIFICATION

Aujourd’hui, l’entreprise est en excellente santé. Son transfert à M. Morin a permis de maintenir dix-huit emplois de qualité dans la région du Bas-Saint-Laurent. Encore une fois avec l’aide de DEC et du ministère du Développement économique, de l’Innovation et de l’Exportation (MDEIE), l’entrepreneur a été capable d’investir 1,5 M\$ dans la technologie et l’équipement de pointe, le perfectionnement des ressources humaines et l’accroissement de la productivité. Sous sa direction, comme le fait remarquer M. Morin, « Graphie 222 a poursuivi son intégration; elle a ajouté des produits et des activités à une gamme déjà étendue. C’est le cas de la découpe du métal, qui nous permet maintenant de réduire grandement notre dépendance vis-à-vis des sous-traitants et d’exercer le contrôle de la qualité à toutes les étapes des procédés de fabrication ». En résumé, M. Morin a su hausser d’un cran l’efficacité de son entreprise afin de toujours mieux répondre aux demandes de sa clientèle en progression.

M. Morin transpose également son intérêt pour le développement socioéconomique à l’échelle régionale. Il agit ainsi à titre de vice-président de Développement économique La Pocatière, qui s’emploie à la mise en valeur et à la promotion des nombreux atouts du milieu pocatois. De plus, il assume la présidence de la Table Entreprise¹, un défi qu’il a été appelé à relever à la demande de la MRC de Kamouraska, en raison de sa capacité manifeste d’animer le milieu.

Le président de Graphie 222 exerce une forte influence dans la communauté des affaires. Rappelons, d’ailleurs, qu’il a joué un rôle de premier plan au sein du comité de survie de l’usine de Bombardier Transport au moment de l’appel d’offres lancé pour la construction des nouvelles voitures du métro de Montréal. M. Morin a également pris une part active à la définition de la stratégie pour lever les obstacles qui menaçaient l’adjudication de ce contrat à l’usine de La Pocatière.

1. La Table Entreprise est l’une des tables sectorielles qui participent à la planification stratégique pluriannuelle de la MRC de Kamouraska.

TRAVAIL BIEN FAIT, RAFFINEMENT ET QUALITÉ

On connaît tous l’histoire du héros suisse Guillaume Tell. Au début des années 1300, ce dernier a été condamné par le bailli Hermann Gessler à transpercer, d’une flèche d’arbalète, une pomme placée sur la tête de son fils. La raison ? Avoir désobéi à l’officier de justice qui exigeait que l’on salue, comme s’il s’agissait de lui-même, le chapeau qu’il avait fait placer au sommet d’un mât dans le canton d’Uri.

UN ACCESSOIRE VIEUX COMME LE MONDE

Légende ou vérité, ce récit est un exemple de l’importance accordée au chapeau, à travers les âges, pour faire état de son rang social, se protéger du froid ou ajouter une touche de fantaisie à sa tenue vestimentaire. Et s’il y en a une qui ne nous contredira pas là-dessus, c’est bien M^{me} Manon Lortie, elle qui se donne corps et âme, depuis 1999, à la création de chapeaux qui empruntent autant sinon plus à l’art qu’à la technique.

« Je suis une entrepreneure, mais, avant tout, je demeure une artiste », confie-t-elle. Il est vrai qu’elle se consacre à la conception et à la création de chapeaux haut de gamme, en paille, en jute, en feutre et même en fourrure. Toutes les créations portant la griffe Manon Lortie sont uniques; plus encore, elles sont la marque d’une grande créativité, qui laisse souvent sans voix celles – la chapelière s’adresse à une clientèle principalement composée de femmes – et ceux qui rendent visite à la modiste dans son atelier, situé à Sainte-Luce dans le Bas-Saint-Laurent.

UN DESSIN QUI VA LOIN

Manon Lortie est aussi aquarelliste, et c’est ce même talent artistique qui l’a amenée, par hasard, à créer des couvre-chefs. En 1997, en effet, Leucan (association pour les enfants atteints de cancer) lui a demandé d’accompagner une adolescente âgée de 12 ans qui avait perdu tous ses cheveux à la suite de traitements de chimiothérapie. M^{me} Lortie a alors proposé à la jeune malade de peindre, sur sa tête, des fleurs, des feuillages et des oiseaux, le tout imitant des mèches de cheveux. Ce dessin, qui accrocha un sourire sur les lèvres de la fillette, donna l’idée à l’artiste de créer des chapeaux, d’abord à l’intention des personnes en perte temporaire de cheveux, puis pour toutes celles désireuses de porter un chapeau qui tranche sur l’ordinaire.

2009, L’ANNÉE DE LA CONSÉCRATION

La créativité et la qualité d’exécution de ses couvre-chefs ont été soulignées, au fil des ans, par des concerts de louanges, et la renommée de M^{me} Lortie dépasse largement les frontières du Québec et du Canada. En 2004, par exemple, c’est à elle que la commande de créer et de réaliser le chapeau d’apparat¹ de la Sûreté du Québec a été passée. Trois ans plus tard, la chapelière est invitée à représenter le Canada au 31^e Philadelphia Museum of Art Craft Show (Salon des métiers d’art du Musée d’art de Philadelphie). De retour des États-Unis, M^{me} Lortie prend aussitôt le chemin de Toronto, où elle expose ses réalisations au salon One of a Kind Show, en mars 2008.

L’an 2009 restera à jamais gravé dans la mémoire de la chapelière. Cette année-là, en effet, l’une de ses créations, intitulée *En tête de ligne*, se voit attribuer l’un des trois prix du jury lors des 8^{es} Rencontres internationales des arts du chapeau, en France. Son chapeau est du même souffle retenu pour faire partie d’une exposition temporaire présentée à l’Atelier-Musée du Chapeau de Chazelles-sur-Lyon, en France également. Enfin, en 2011, le Musée de la civilisation de Québec a fait l’acquisition d’une création de Manon Lortie afin de l’intégrer dans l’exposition *Chapeau ! Un hommage à la créativité*, tenue du 12 octobre 2011 au 12 août 2012. À noter qu’à cette occasion les visiteurs pouvaient également admirer le chapeau primé en 2009 en France.

1. Ce couvre-chef est porté lors des cérémonies protocolaires.

ARTISTE ET ENTREPRENEURE

Si, comme elle l’affirme, M^{me} Lortie demeure une artiste, elle est aussi une entrepreneure douée, toujours à la recherche de nouvelles avenues dans son secteur d’activité. Aussi polyvalente que structurée, elle a développé la capacité de voir à tous les aspects de la gestion d’une entreprise, de la comptabilité à la promotion, en passant par la mise à jour de son site Web. D’une grande sensibilité, elle possède une bonne capacité d’écoute et elle est très réceptive aux observations et aux suggestions qui lui sont faites, notamment par l’équipe de la SADC de La Mitis. Elle ne compte jamais ses heures quand elle crée un chapeau. À ses yeux, une création est d’abord une occasion de dépassement de soi. C’est une forme ou un motif qui ne se coud pas avec les aiguilles d’une montre. Elle est capable de grands sacrifices matériels pour vivre de son art.

AVEC L’ENCOURAGEMENT DE LA SADC DE LA MITIS

« L’entreprise Créations Manon Lortie constitue un très bel exemple de réussite entrepreneuriale au féminin », affirme le directeur général de la SADC de La Mitis, M. Benoît Thériault. C’est dans ce contexte que la SADC a apporté son soutien à quelques reprises à Créations Manon Lortie, soit pour faire l’acquisition d’équipements, soit pour développer des marchés, soit pour commercialiser des produits. L’aide financière a été consentie en partie en vertu de programmes mis sur pied par Développement économique Canada, pour l’accompagnement des entreprises d’abord et l’administration de ces mesures ensuite, relevant toutefois des SADC dans les régions visées.

« Le personnel de la SADC de La Mitis a cru en moi et est venu à mon aide pour aller chercher du financement. Je me suis sentie respectée en tout temps. J’ai particulièrement apprécié le fait qu’on m’ait demandé de témoigner à l’occasion d’une assemblée générale des SADC et que la SADC de La Mitis ait accepté de commanditer la réalisation d’une vidéo pour un colloque régional sur l’entrepreneuriat au féminin², organisé par Femmessor du Bas-Saint-Laurent. Ce fut tout un honneur pour moi et une preuve de reconnaissance de la part de l’équipe de la SADC. En bref, je peux dire que j’ai bénéficié d’une présence soutenue de la SADC dès mes tout premiers débuts, et pas seulement lorsque j’avais besoin de financement. Son équipe était là pour un suivi et une mise à jour continue », explique M^{me} Lortie.

Auprès de la SADC de La Mitis, l’entrepreneure a pu également profiter d’une aide technique pour le montage de projets, de même que pour la rédaction d’articles, de textes promotionnels et de communiqués. En outre, les conseillers lui ont transmis bon nombre d’informations pertinentes, tant sur les programmes d’aide auxquels elle pouvait avoir accès que sur les marchés potentiels. La SADC a également fait la liaison entre l’artiste et le Réseau de développement économique et d’employabilité de l’Ontario pour la préparation d’un article dans *VOX RDÉE*, diffusé à la grandeur du Canada.

PERPÉTUER LA TRADITION EN REGARDANT VERS L’AVENIR

Montréalaise d’origine, Manon Lortie a choisi Sainte-Luce il y a plus de 30 ans, attirée, entre autres, par la beauté et la richesse du fleuve. Sa grande réputation procure une visibilité appréciable à la petite collectivité, et même au Bas-Saint-Laurent tout entier. Certains visiteurs et touristes se rendent à Sainte-Luce pour voir l’artiste à l’œuvre et admirer le fruit de son inspiration; d’autres en profitent alors pour prolonger leur séjour dans la région.

Manon Lortie est très impliquée dans son milieu de vie, à la fois comme artiste et comme entrepreneure. Elle fait ainsi partie de la Corporation Métiers d’art/Bas-Saint-Laurent; elle est membre du Conseil de la culture du Bas-Saint-Laurent et du Conseil des métiers d’arts du Québec. Elle accepte aussi volontiers d’être juge dans différents concours de nature artistique. Et quand on lui demande de jouer le rôle de mentor auprès de jeunes entrepreneurs, elle le fait de bonne grâce. Préparer la relève, c’est une autre forme d’implication sociale, et sans doute l’une des meilleures.

2. En avril 2010, M^{me} Lortie a été choisie par le Fonds d’accompagnement et d’investissement régional pour entrepreneures (FAIRE) pour être panéliste lors du 1^{er} événement entrepreneurial au féminin à Rimouski; le panel était animé par M^{me} Claire Lamarche.



LA MODE A ÉLU DOMICILE À CAUSAPSCAL EN 2008

Si vous passez par Causapscal, dans le Bas-Saint-Laurent, et empruntez la rue Saint-Jacques Nord, arrêtez-vous au numéro 560 : c'est l'adresse de la boutique Passion Mode. Vous y serez accueilli par le propriétaire, M. Nelson Gallant, qui aurait pu tout aussi bien donner son nom à son établissement, tant il est synonyme de passion pour la mode.

« J'ai toujours adoré la mode, d'aussi loin que je me souviens. Même ma maladie n'a pas tari ce goût. Au contraire, pendant tout le temps où j'ai lutté pour me rétablir, je n'ai jamais cessé de penser à redémarrer un commerce de vêtements. Dans mon cas, on peut parler de réelle passion pour la mode; le choix de ce nom s'est donc tout naturellement imposé à moi », confie M. Gallant.

Explications : M. Gallant avait déjà été propriétaire d'un magasin de vêtements, mais en 1998, terrassé par la maladie, il a dû en fermer les portes. Cela faisait donc dix ans bien comptés qu'aucun établissement de ce genre n'avait pignon sur rue à Causapscal quand M. Gallant a ouvert Passion Mode en 2008.

LE COURAGE : UN ARGUMENT DE POIDS

« C'est d'abord à la porte de la SADC de La Matapédia que j'ai frappé lorsque j'ai décidé de m'établir de nouveau à mon compte. Tant l'équipe de conseillers que son directeur général, M. Guy Côté, m'ont fait profiter de leur expertise financière et technique pour bien me mettre en selle. J'ai apprécié au plus haut point ce service taillé sur mesure. Quand je pense à la SADC, c'est toujours le mot *merci* qui me vient à l'esprit », poursuit M. Gallant.

En fait, la SADC demandait à être convaincue de la faisabilité du projet, et la plus belle preuve de rentabilité est venue de l'entrepreneur lui-même. Il n'y a pas qu'une image qui vaut mille mots. « Le courage de M. Gallant, allant de pair avec une bonne dose de dynamisme et la volonté d'accomplir quelque chose de durable, ont été particulièrement éloquentes auprès de l'équipe de notre SADC. Nous nous sommes rapidement ralliés aux arguments de l'entrepreneur, sans oublier que nous avons pris en compte le fait que ce magasin allait répondre à un besoin criant dans la communauté », affirme M. Côté.

UN APPUI EFFICACE

C'est ainsi que la SADC de La Matapédia lui a consenti un prêt pour lui permettre de franchir l'étape du démarrage. De plus, au cours des mois qui ont suivi, les conseillers ont assuré une présence constante aux côtés de M. Gallant, pour l'accompagner notamment dans la préparation de ses états financiers et la tenue de ses livres. La SADC a joint ses efforts à ceux du Centre local de développement (CLD) de La Matapédia pour assurer le succès de cette initiative entrepreneuriale inspirante sur bien des aspects.

PLUS GRAND, PLUS VARIÉ, PLUS PRÉSENT

En 2010, l'entrepreneur a déménagé dans les anciennes Galeries St-Jacques afin de disposer de plus d'espace et de pouvoir offrir un grand choix de vêtements. Passion Mode dessert une clientèle nombreuse, qui va en augmentant. La boutique a ses fidèles, qui partent d'aussi loin que la Baie-des-Chaleurs pour y faire des achats et profiter des conseils judicieux de M. Gallant. Avec le résultat que le chiffre d'affaires aussi est en hausse.

C'est d'ailleurs pour souligner la création et la performance de Passion Mode que la Chambre de commerce de la MRC de La Matapédia lui a remis un certificat à l'occasion du Gala Reconnaissance. Et même deux fois plutôt qu'une ! En 2009, en effet, M. Gallant et sa boutique ont été primés dans la catégorie Nouveau produit ou service et, en 2011, dans la catégorie Investissement dans La Matapédia.

En plus d'être membre de la Chambre depuis 2008, l'entrepreneur siège également à son conseil d'administration. Il participe avec enthousiasme au programme de chèques-cadeaux mis en place par la Chambre dans le but de donner un coup de pouce à l'achat local.

POUR SE DISTINGUER DE LA CONCURRENCE

Passion Mode propose à sa clientèle une gamme des plus variées de jeans, de vêtements prêts-à-porter, de pantalons de ville, de chemises et de cravates. Des vêtements qui s'adressent aussi bien à la clientèle féminine qu'aux hommes. Toutes les marques les plus réputées sont représentées, avec une particularité toutefois : M. Gallant s'assure toujours, en passant ses commandes à ses fournisseurs, d'obtenir des vêtements différents de ceux de ses concurrents. Il pousse même le souci de bien satisfaire sa clientèle jusqu'à limiter les quantités qu'il achète, de façon à éviter que trop de consommateurs ne portent des vêtements identiques.

Nelson Gallant ne cache pas sa joie d'avoir pu créer une entreprise qui lui donne la chance non seulement de gagner sa vie, mais également de le faire dans un domaine qui correspond en tous points à ses goûts et où il peut mettre à profit ses connaissances étendues des tendances de la mode. Et au rythme où celle-ci change, les risques de manquer de travail sont quasi nuls. D'ailleurs, il songe même à embaucher une personne pour le seconder et prendre la relève derrière le comptoir au lieu de travailler sept jours par semaine. N'est-ce pas ce qu'on appelle la rançon du succès ?



REMÈDE INFAILLIBLE AUX ANGOISSES INFORMATIQUES

Encore adolescent, il n'y a rien que le jeune président de Servlinks Communication, M. Hugo Dubé, n'aimait plus que de se créer de petits boulots qui lui rapportaient des revenus d'appoint. C'est ainsi que, bien avant d'avoir atteint l'âge de 20 ans, il a développé un talent pour tout ce qui touche l'informatique. Pendant qu'il était aux études, par exemple, il a démarré son entreprise en offrant l'hébergement de sites Web à des clients situés au Québec, et même aux États-Unis.

CŒUR DE BATTANT

Avec de pareilles dispositions, il n'y a donc rien de surprenant à ce que, dès la fin de sa formation de technicien informatique, M. Dubé ait voulu combiner les deux choses qu'il aimait le plus dans la vie. « Au vrai, mon désir d'entreprendre l'emportait sur mon goût pour l'informatique, mais j'ai compris que je pouvais concilier ces deux intérêts en démarrant une entreprise axée sur les nouvelles technologies de l'information et des communications », précise-t-il.

Si la fondation de Servlinks Communication remonte à 2000, cinq ans passeront avant que l'entreprise prenne son envol. L'entrepreneur fait ses classes et travaille seul jusqu'en 2006. Les serveurs sont logés dans une chambre de sa résidence. Difficile, dans ces conditions, de penser que l'entreprise naissante va devenir le chef de file avant-gardiste d'aujourd'hui, avec 15 employés, un siège social à Rivière-du-Loup, des bureaux à Montréal, à Québec et à Matane. Elle possède aussi des infrastructures de serveurs dans des centres de données pour son service de solution Internet à Montréal et même à Paris, à Tel-Aviv et à Hong Kong !

En 2006, Servlinks emménage sur la rue Fraser, à Rivière-du-Loup, et l'installation dans des locaux plus spacieux va marquer le début d'une période de croissance durable.

PROBLÈMES = SOLUTIONS

Pour toute entreprise qui recherche des solutions à ses problèmes informatiques, Servlinks Communication est le remède. L'entreprise de télécommunications se compose de trois services : solutions informatiques, solutions de programmation et solutions Internet. Parmi ces solutions, les spécialités sont la consultation et l'intégration technologique, la maintenance du parc informatique, la sécurité informatique, le système de sauvegarde, l'hébergement de sites Web et de serveurs, le système antipourriel, le commerce électronique, le système de gestion de contenu Web, la programmation sur mesure et plus encore.

En un mot, la technologie dans son sens le plus large n'a pas de secret pour Servlinks Communication. Comme le dit si bien son président : « Nous nous spécialisons dans tous les projets ou les tâches compliquées. La capacité d'adaptation, la fiabilité et la qualité du service que nous offrons à nos clients permettent à tout coup aux dirigeants d'entreprise d'améliorer leurs processus d'affaires. »

DANS LA TÊTE DE HUGO DUBÉ

On ne peut pas diriger une entreprise innovatrice comme Servlinks Communications et ne pas être soi-même novateur. M. Dubé répond en tout point à la définition de chef d'entreprise créatif. Des idées nouvelles, il en a toujours dans quelques coins de son cerveau; il est sans cesse en quête de nouvelles possibilités d'affaires pour faire monter son entreprise à un palier supérieur de croissance. Gestionnaire avisé, il sait s'entourer des bonnes personnes qui possèdent les compétences et les habiletés dont son entreprise pourra tirer avantage pour se développer. Entre autres qualités, il sait déléguer des responsabilités à ses collaborateurs, et comme il a développé avec eux des relations reposant sur l'écoute et la confiance, il encourage les membres de son équipe à exprimer leurs points de vue, entre autres parce qu'il sait apprendre des autres.

LA SADC DE LA MRC DE RIVIÈRE-DU-LOUP : AU TRAVAIL POUR ÉPAULER LES ENTREPRENEURS

Pour le président de Servlinks Communication, il était clair que ses connaissances – même approfondies – en informatique n'étaient pas suffisantes pour assurer le développement de son entreprise. « Il voulait notamment mieux maîtriser les aspects techniques de la gestion pour établir son entreprise sur des bases solides et il s'est adressé à notre organisme pour obtenir de l'accompagnement et du suivi. Nous avons eu maintes fois l'occasion d'observer la qualité et la justesse de sa démarche entrepreneuriale », souligne le directeur général de la SADC de la MRC de Rivière-du-Loup, M. Gilles Goulet. De plus, en juillet 2008, la SADC lui a accordé du financement en vertu de la Stratégie jeunesse pour appuyer l'expansion de son entreprise.

DE RIVIÈRE-DU-LOUP AU CYBERESPACE, IL N'Y A QU'UN PAS

Même si son entreprise rayonne aux quatre coins du monde et qu'elle dessert des clients au Québec, en France et en Asie, M. Dubé la voit d'abord et avant tout comme une entreprise loupérisoise. Au siège social, tous les employés sont originaires de la région. En outre, Servlinks Communication constitue un pôle d'activité qui dépasse les limites de Rivière-du-Loup et elle entraîne des retombées économiques à l'échelle régionale, par le choix de ses fournisseurs d'équipements ou la réalisation de mandats, même si une partie de ses activités se passent à l'étranger.

QUE LES MEILLEURS GAGNENT !

Le milieu loupérisois est bien conscient de l'importance de compter sur une entreprise qui représente parfaitement la nouvelle économie basée sur le savoir et la technologie. M. Dubé a d'ailleurs été choisi comme Personnalité du mois de janvier 2011 par la Chambre de commerce de la MRC de Rivière-du-Loup; l'association voulait ainsi souligner les efforts continuels déployés par le jeune entrepreneur pour faire grandir son entreprise.

De plus, en octobre 2011, Servlinks Communication a remporté le prix Leadership, Entrepreneuriat et Performance au 36^e Gala des Prestiges, organisé par la Chambre de commerce de la MRC de Rivière-du-Loup; ce fut l'occasion pour son président de remercier tant le personnel que les clients et les partenaires de l'entreprise victorieuse qui, ensemble, ont contribué de façon importante à ce succès. Rappelons que l'entreprise avait également été primée au Gala des Prestiges de 2009, alors que le prix Entreprise innovante lui avait été attribué. Cette fois, c'était grâce à la diversification de l'offre de services, à l'ouverture de nouveaux marchés régionaux et extrarégionaux, aux nouvelles stratégies de commercialisation et au souci d'assurer la formation continue du personnel que Servlinks Communication s'était vu accorder pareille distinction.

Pour M. Dubé, il est important de maintenir un haut niveau d'implication dans la communauté. C'est certainement un excellent moyen de bien saisir la réalité d'une région et de participer à la recherche de solutions pour assurer son développement socioéconomique. En septembre 2011, d'ailleurs, le président de Servlinks Communication, qui avait déjà siégé au conseil d'administration de l'organisme, a été élu président de la Jeune Chambre de Rivière-du-Loup. Il siège également au conseil d'administration du Regroupement des jeunes chambres de commerce du Québec (RJCCQ). Enfin, il est membre du Centre des dirigeants d'entreprise de la région de Rivière-du-Loup, un réseau apolitique et sans but lucratif qui anime le milieu des affaires de la MRC de Rivière-du-Loup et fait la promotion de l'entrepreneuriat et de la relève en entreprise.

ENTREPRENEURS EN DEVENIR

Entreprise citoyenne, Servlinks Communication est commanditaire du Musée du Bas-Saint-Laurent de Rivière-du-Loup et partenaire visuel de la présentation des activités de l'institution. Elle est également commanditaire de la Cyberfoire emploi-formation, qui s'est déroulée en mars 2012 à Rivière-du-Loup, puisqu'il s'agit, aux yeux de M. Dubé, d'une formule gagnante pour favoriser le renforcement de l'entrepreneuriat jeunesse.

D'ailleurs, chaque fois que l'occasion se présente, M. Dubé est heureux de témoigner de sa vision et de son expérience de chef d'entreprise devant des auditoires composés de jeunes. Il le fait avec l'objectif de stimuler le goût d'entreprendre chez la génération montante. Le message qu'il tient à véhiculer est partout le même : « Lorsqu'on a des idées, il ne faut pas avoir peur de foncer. Avec la volonté, peu de choses peuvent arrêter celui qui veut devenir entrepreneur. »



PLANCHISTE RECONVERTI EN ENTREPRENEUR À TEMPS PLEIN

Octobre 2010, à Saint-Narcisse-de-Rimouski dans le Bas-Saint-Laurent. Inauguration des deux premiers condos industriels réalisés par la Corporation de promotion industrielle de Saint-Narcisse-de-Rimouski. Grand moment pour Jean-François Bouchard, jeune propriétaire d'Utopie Snowboards MFG, qui occupe l'un de ces condos.

DEVENIR PROPRIÉTAIRE DE SON ÉTABLISSEMENT

Lorsque la Corporation de promotion industrielle s'est mise à la recherche d'entreprises dynamiques pour les accueillir dans les condos qu'elle s'appropriait à faire construire dans le parc industriel de la collectivité, la SADC de la Neigette a joué un rôle d'intermédiaire entre la première et Utopie Snowboards. Le fabricant de planches à neige et d'autres équipements de sport de glisse – planches pour scooteur alpin, skis et planches à roulettes – devait en effet se reloger, étant à l'étroit dans des locaux non fonctionnels qui ne répondaient plus à ses besoins. L'offre était est trop tentante : à l'été 2010, Utopie prend possession d'une usine flambant neuve, construite sur mesure de surcroît. « En outre, la formule de location-acquisition est très avantageuse, puisqu'elle me donne la chance d'acheter mon usine dans cinq ans en ayant déjà versé une partie du capital », estime M. Bouchard. La SADC ne voit elle aussi que des aspects positifs à cette décision d'affaires : l'entreprise dispose ainsi de bases solides pour assurer sa croissance et contribuer à la diversification économique de la collectivité.

CRÉER UNE PASSERELLE ENTRE LE SPORT ET LES AFFAIRES

Passionné de planche à neige depuis plus de dix ans, ayant pris part à des épreuves à l'échelle du Canada, étant entraîneur d'une équipe de planchistes et responsable de la conception et de l'entretien des parcs de planche à neige acrobatique à la Station de ski de Val-Neigette, tout prédestinait Jean-François Bouchard à mettre sur pied un atelier de fabrication satisfaisant aux plus hauts standards de qualité. « Contrairement à bien des entrepreneurs, aucun événement en particulier n'a déclenché mon aventure. C'est plutôt un ensemble d'éléments dans mon cheminement personnel qui m'ont incité à faire le saut dans la fabrication de planches à neige. Depuis, les choses avancent, à petits pas peut-être, mais l'important, c'est qu'elles avancent ! » répond Jean-François Bouchard quand on lui demande d'expliquer sa vision entrepreneuriale.

DE SÉRIEUX ATOUTS POUR UN ENTREPRENEUR

M. Bouchard est l'icône de l'entrepreneur fonceur que rien n'arrête. Les distances sont toujours négligeables à ses yeux quand il s'agit de participer à une foire commerciale, et les frontières ne sont pas des barrières quand vient le temps de trouver de nouveaux clients ou d'autres fournisseurs. Les langues étrangères, il ne les perçoit jamais comme des obstacles. Quand on est déterminé à faire des affaires à l'échelle internationale, on trouve toujours un moyen de se faire comprendre. La mondialisation n'a rien d'un concept abstrait; au contraire, il la vit chaque jour à Saint-Narcisse, dans un secteur aussi pointu que le sien.

Et ce n'est pas tout. Sans posséder de diplôme particulier, Jean-François est autodidacte; il a maintes fois fait preuve de sa grande débrouillardise. « Je ne suis pas ingénieur, mais ça ne m'empêche pas d'être ingénieux », lance-t-il. Le fondateur d'Utopie Snowboards est aussi très réceptif aux idées exprimées par ses clients et il manifeste toujours une grande ouverture aux avancées dans son domaine d'activité. Vous l'aurez deviné, pour Jean-François Bouchard il n'y a rien dont l'audace et le courage ne peuvent venir à bout.

Comme son produit intéresse éminemment les jeunes, il s'est adressé à eux à plusieurs reprises dans des conférences. Il en a profité pour transmettre son message sur le cheminement qu'il a accompli et leur faire part des difficultés qu'il a dû surmonter pour concrétiser son rêve.

UNE BOUFFÉE D'OXYGÈNE ET DES CONSEILS STRATÉGIQUES

La SADC de la Neigette soutient le développement d'Utopie Snowboards depuis ses premières démarches, et son intervention a emprunté plusieurs avenues. Le personnel a guidé les pas de M. Bouchard et lui a fourni des conseils sur les différentes facettes d'une entreprise, y compris le traitement des ventes et la gestion des ressources humaines. « Au départ, ma connaissance de l'industrie en général était bonne, mais les étapes du processus de démarrage d'une entreprise m'étaient complètement inconnues. Je tenais cependant à partir du bon pied; l'accompagnement de la SADC a représenté un facteur important pour l'évolution de ma compagnie », constate M. Bouchard.

Pour réussir sa mise à feu, une entreprise a besoin de financement. Sur ce plan, également, la SADC a participé. Comme le souligne le directeur général de la SADC de la Neigette, M. Yvan Collin : « Il est important de comprendre que le promoteur s'est lancé en affaires à l'âge de vingt ans. Même s'il avait de la détermination et de la volonté à profusion, l'accès au financement traditionnel, surtout pour ce type de projet, était risqué, voire utopique... C'est dans cette optique que notre SADC a décidé d'épauler ce jeune entrepreneur, qui possédait tout le potentiel souhaité pour relever les défis, si ambitieux soient-ils, qu'il s'était fixés. »

À l'étape du démarrage, la SADC a donc aidé Utopie à mettre au point son procédé de fabrication et à se doter d'équipements de production. Le fabricant a également pu compter sur son soutien pour faire connaître son produit et le commercialiser. En outre, grâce à la Stratégie jeunesse, M. Bouchard a bénéficié de la mise de fonds nécessaire à la participation d'autres partenaires financiers. Enfin, la SADC a assuré le financement de l'expansion de l'entreprise.

GAGNER DES PARTS DE MARCHÉ

Pour l'instant, toute l'énergie de M. Bouchard est canalisée vers Utopie Snowboards. Il s'attache à s'entourer d'une équipe solide pour développer son entreprise, car il est conscient que la tâche est trop lourde pour ses seules épaules. Il poursuit l'objectif de fabriquer un produit de haute performance, en mettant l'accent sur la qualité des matériaux utilisés et le savoir-faire de la main-d'œuvre. Tous les employés affectés à la production sont d'ailleurs de fervents adeptes de planche à neige. En 2007, l'entreprise a ajouté une corde à son arc. En plus des produits de série, elle a entrepris la fabrication en sous-traitance pour d'autres marques de commerce, détenues principalement par des compagnies de petite taille proposant un produit haut de gamme. Utopie apparaît désormais comme un partenaire de choix, puisqu'elle est en mesure d'offrir à ses clients un service intégré, allant du développement du prototype jusqu'à la fabrication du produit final. Elle se démarque au Québec en occupant de façon exclusive ce créneau des plus spécialisés.

Utopie, qui dessert une clientèle canadienne et américaine, compte présentement cinq emplois, incluant celui occupé par son fondateur. En 2010-2011, le nombre d'unités fabriquées, tous produits confondus, s'est élevé à 1 500 approximativement. Un nombre que Jean-François Bouchard aimerait bien gonfler jusqu'à 10 000, si la croissance graduelle qu'il appelle de tous ses vœux est au rendez-vous. À cet effet, une équipe de professionnels actifs dans l'industrie de la planche à neige est à pied d'œuvre pour redéfinir le produit de série fabriqué par Utopie sur des bases de marketing solides pour le futur. Avec le lancement de la gamme Utopie renouvelée à l'automne 2011, tous les espoirs sont permis.



FAITES BONNE CHÈRE AVEC LES CUISINES GASPÉSIENNES

Il était une fois un jeune homme d'origine italienne, Antonio (Tony) Carpinteri, qui est arrivé au Canada en 1970 avec l'idée bien arrêtée de se lancer en affaires. En 1972, la vie l'a amené à Matane, où il n'a pas tardé à réaliser son rêve en ouvrant le restaurant Italia Pizzeria.

L'histoire pourrait être un peu banale si elle se terminait ainsi. Heureusement, c'est loin d'être le cas, et ce qui aurait été, pour la plupart des gens, l'aboutissement d'un projet, allait être le début d'une aventure particulièrement fructueuse : celle des Cuisines Gaspésiennes.

DU RÊVE À LA RÉALITÉ

L'année 1981 marque, en effet, un nouveau départ pour M. Carpinteri, puisqu'il entreprend alors, avec l'aide de trois employés travaillant dans une usine de plus ou moins 1 200 pieds carrés, la transformation du porc. Au menu : cretons, sous-marins et, bien sûr, pizzas.

Tout au long de la dernière décennie du siècle passé, la croissance de l'entreprise est manifeste et se traduit par le développement de nouveaux produits et l'élargissement de son marché géographique. En 2012, la compagnie Les Cuisines Gaspésiennes commercialise une cinquantaine de produits sous la marque Gaspésien, soit du jambon cuit, du soc de porc fumé, du salami et du pepperoni. L'entreprise matanaise a également réussi une importante percée sur le marché national en fabriquant, pour le compte de la chaîne d'alimentation Sobeys, des produits de charcuterie haut de gamme, qui sont vendus dans 263 supermarchés IGA du Québec sous la marque Sensations, par Compliments. Enfin, le jambon Lido-Capri, offert dans les magasins Walmart, est également fabriqué par Les Cuisines Gaspésiennes. Bon an, mal an, l'entreprise transforme quelque 12 millions de livres de viande. Elle emploie une centaine de travailleurs.

INVESTIR POUR ACCROÎTRE LA PERFORMANCE

En vue de continuer à offrir des produits de la plus grande qualité, l'entreprise est engagée, depuis au-delà de dix ans, dans un programme d'amélioration de ses installations. En 2001, par exemple, elle a obtenu la norme HACCP¹, ce qui a été suivi, en 2002, par l'acquisition, avec l'appui financier de Développement économique Canada (DEC), d'équipements spécialisés pour l'emballage des produits. En 2005, la compagnie entre dans une nouvelle phase de développement, marquée, entre autres, par l'installation, de nouveau avec l'appui financier de DEC, d'une nouvelle trancheuse à viande, qui permettra d'augmenter la capacité de production de l'usine.

1. Hazard Analysis Critical Control Points, ou analyse des risques et maîtrise des points critiques (ARMPC), est une méthode d'identification, de localisation, d'évaluation et de maîtrise des risques potentiels de détérioration de la qualité microbiologique des denrées dans la chaîne alimentaire (*Le grand dictionnaire terminologique* de l'Office québécois de la langue française).

LE COUP DE POUCE DE LA SADC DE LA RÉGION DE MATANE

La SADC de la région de Matane a participé à l'essor de l'entreprise Les Cuisines Gaspésiennes. Dès le début des années 1990, elle lui a accordé du financement afin de soutenir la réalisation de ses activités. « Notre SADC juge important de mettre nos ressources au service d'une entreprise telle que celle-ci, qui constitue l'un des beaux fleurons du secteur agroalimentaire du Bas-Saint-Laurent et contribue de façon marquée à la vitalité de la collectivité de Matane », précise la directrice générale de la SADC de la région de Matane, M^{me} Annie Fournier.

La SADC est également intervenue à d'autres moments en offrant à la compagnie son soutien technique pour l'élaboration de demandes d'aide auprès de différents ministères des gouvernements du Québec et du Canada ou en vertu d'autres programmes de financement.

TEL PÈRE, TEL FILS

Entre-temps, Enrico Carpinteri avait, en 2004, pris le relais de son père et se voyait confier la direction générale de l'entreprise. « Il était bien clair, dès mon entrée en fonction, que je voulais tout mettre en œuvre pour développer le potentiel de l'entreprise, en mettant l'accent sur la grande tradition d'excellence instaurée par mon père », déclare-t-il. La relève est donc bien assurée.

LA RÉCOMPENSE APRÈS L'EFFORT

Grâce à son dynamisme ainsi qu'à ses efforts pour diversifier sa gamme de produits et bénéficier d'une croissance ininterrompue, l'entreprise a reçu plusieurs prix d'excellence, dont le Prix PME Bronze de la Banque Nationale du Canada pour l'Est-du-Québec, en 2007. En novembre 2010, elle a cette fois été lauréate d'or dans la catégorie PME, au terme de la 17^e année du programme de reconnaissance Prix PME Banque Nationale. M. Carpinteri s'est réjoui de voir son entreprise ainsi primée. « Nous entendons poursuivre nos efforts pour fabriquer des produits de qualité constante. Notre défi, c'est de travailler de façon encore plus

étroite avec les grands de l'alimentation. Le Prix PME devrait nous aider à obtenir plus de visibilité et, donc, plus d'espace en magasin », a-t-il alors expliqué.

UN PROBLÈME ? NON, UNE SOLUTION GAGNANTE

Pour assurer le meilleur développement à sa compagnie, M. Carpinteri s'est penché sur des moyens lui permettant de réduire son niveau de dépendance vis-à-vis de ses fournisseurs. Parmi les objectifs qu'il poursuit dans la foulée de cette initiative, mentionnons un meilleur contrôle sur la préparation de la matière première, soit la viande de porc. Dans l'esprit du directeur général, l'intégration verticale de l'approvisionnement s'imposait pour que son entreprise puisse disposer d'une matière première sur mesure, première étape en vue de mettre en marché des produits distinctifs et de prendre une bonne longueur d'avance sur ses concurrents. Dans le but de se dégager de ses fournisseurs de viande, Enrico Carpinteri a donc établi un partenariat avec une entreprise; il deviendra, ainsi qu'il le souhaitait, son propre fournisseur.

Ce partenariat prometteur pour Les Cuisines Gaspésiennes atteste la grande capacité dont jouit M. Carpinteri lorsqu'il est appelé à définir et à mettre en application des solutions pour améliorer la performance de son entreprise, tant sur le plan des marchés desservis que sur celui des activités de transformation.

Ses compétences en gestion et en administration profitent également à la communauté de Matane, grâce à sa participation à des comités socioéconomiques. Il assume notamment la présidence de la Corporation de gestion récréotouristique de Matane et siège au Comité de développement et de diversification de la MRC de Matane.

En résumé, la renommée de la marque Gaspésien, la qualité des produits préparés par Les Cuisines Gaspésiennes et les distinctions qui lui ont été décernées au cours des ans contribuent à développer une image de réussite non seulement pour l'entreprise, mais également pour la collectivité de Matane dans son ensemble.



UNE PLANTE QUI VOUS VEUT DU BIEN

Panic érigé (*Panicum virgatum L.*) : graminacée vivace dont les tiges peuvent atteindre 2 mètres, et les racines, plus de 2 mètres de profondeur; originaire de la prairie d'herbes longues de l'Amérique du Nord, cultivée dans les États du Sud des États-Unis comme plante fourragère.

Pour la Coopérative forestière Haut Plan Vert, de Lac-des-Aigles, le panic possède de nombreuses vertus. Même qu'elle le place à la base d'un triangle dont les deux autres côtés sont l'agriculture et l'acériculture.

AU CARREFOUR DE L'AGRICULTURE ET DE L'ACÉRICULTURE

Dans plusieurs régions du Québec, dont le Bas-Saint-Laurent, l'agriculture traverse une période de vaches maigres. Diminution des superficies en culture, terres à l'abandon, cultivateurs vieillissants et manque de relève sont le lot de maintes collectivités rurales, où l'on observe, comme résultante, une dévitalisation préoccupante. Par ailleurs, le Bas-Saint-Laurent est un important joueur sur l'échiquier acéricole du Québec. Il se classe, en effet, au deuxième rang des régions productrices de sirop d'érable. Le talon d'Achille de cette industrie – et cette situation s'applique au Témiscouata – c'est qu'elle consomme annuellement des millions de litres de mazout pour produire le précieux liquide ambre. Un carburant dont les prix risquent de s'enflammer à tout moment, minant du coup la rentabilité des producteurs, et sur lesquels, de surcroît, ils n'exercent aucun contrôle. Et comme si la mesure n'était pas comble, un carburant qui est une importante source de gaz à effet de serre.

Forte de sa connaissance approfondie des problématiques régionales, la Coopérative forestière Haut Plan Vert a conçu, puis mis au point une solution qui fait réellement d'une pierre deux coups. Organisme rassembleur regroupant 65 membres et une centaine de travailleurs, elle est active dans le secteur de l'aménagement forestier depuis un quart de siècle; non seulement elle a les intérêts de la collectivité à cœur, mais elle agit constamment pour les défendre.

« Pour nous, il n'y a aucune contradiction entre l'environnement et l'économie. Le développement de nouvelles sources d'énergie, à partir de nos ressources locales, nous aidera à devenir des collectivités plus résilientes. Est-ce qu'on peut s'entendre pour dire que ce sont là les fondements du développement durable? » demande le directeur général de la Coopérative, M. Éric Bélanger, ingénieur forestier.

LE PANIC EN CHIFFRES

Et c'est ici que le panic érigé entre en scène... Une fois récolté et transformé en granules combustibles, le panic se révèle un combustible hautement énergétique, qui pourrait représenter une solution économique à l'huile à chauffage dans les érablières. En effet, selon des estimations, le propriétaire d'une érablière comptant 25 000 entailles dépensera près de 11 900 \$ en mazout – au prix de 0,80 \$ le litre – pour produire quelque 4 700 gallons de sirop, tandis que, pour la même quantité de sirop, il lui en coûtera un peu plus de 5 900 \$ s'il a opté pour l'ébullition aux granules de panic, en prenant pour base un prix de 160 \$ la tonne.

Comme le souligne d'ailleurs le coordonnateur au sein du Club d'Encadrement Technique en Acériculture de l'Est, M. Jacques Boucher, qui travaille avec la Coopérative sur le projet de génération d'énergie à partir de biomasse agricole : « Pour les 80 producteurs du Club d'Encadrement, ce projet de circuit court¹ nouvelle énergie permettra une réduction de 50 % ou plus de la facture énergétique. Il s'agit également d'un bon outil pour minimiser l'empreinte écologique de la production de sirop d'érable, tout en stimulant l'économie locale. »

Les avantages de ce projet ne s'évaluent pas seulement avec une calculatrice. Ils sont aussi verts. En effet, le remplacement du mazout par des granules de panic érigé contribuera à améliorer la qualité de l'air, puisqu'il se traduira par une diminution de 85 à 90 % des émissions de dioxyde de carbone (CO₂).

UN NOUVEAU VENU DANS LES CHAMPS

Jusqu'ici, vous pensez peut-être qu'il n'y en a que pour les acériculteurs. Pourtant, vous avez tort. Le panic, plante robuste, peut s'acclimater au Témiscouata et, pour répondre aux besoins du secteur acéricole, sa production permettrait de remettre en culture un grand nombre d'hectares dans cette région du Québec. Cette nouvelle activité constituerait une source de revenus non négligeables pour les producteurs agricoles, qui pourraient espérer retirer 560 \$ par hectare ensemencé, comparativement à rien présentement pour des terres en friche. En outre, le fait de redonner à ces terres leur vocation première les rendra certainement plus intéressantes aux yeux de ceux qui voudraient prendre la relève, et qui pourraient ainsi le faire sans avoir à vivre sur le fil du rasoir.

REVERDIR LE BLASON DU SIROP D'ÉRABLE

Pour la Coopérative, paroles et gestes concrets sont indissociables. C'est pourquoi elle a établi une érablière d'une capacité de 25 000 entailles à Trinité-des-Monts, dans le Bas-Saint-Laurent. Au départ, des granules de bois sont utilisés pour faire bouillir

l'eau d'érable, mais ceux-ci céderont graduellement leur place au panic. Le 21 février 2011, la Coopérative a d'ailleurs tenu une journée portes ouvertes à l'intention des acériculteurs et de nombreux intervenants du secteur à l'échelle régionale; quelque 100 producteurs ont répondu à l'invitation, démontrant ainsi hors de tout doute le grand intérêt de ce projet.

LA SADC DE TÉMISCOUATA RÉPOND PRÉSENTE

C'est d'ailleurs en se fondant sur le potentiel de cette initiative du milieu que la SADC de Témiscouata s'y est associée, et ce, de plus d'une façon. Son équipe a conseillé les membres de la Coopérative tout au long du projet; du financement a également été accordé pour l'implantation de l'érablière. De plus, la SADC a mis des fonds à la disposition de la Coopérative pour assurer la réalisation des différents volets prévus au projet. La SADC a travaillé de concert avec le Centre local de développement (CLD), persuadée comme à son habitude que la qualité du travail en équipe est garante du succès de toute intervention en développement. « On est en présence d'une belle initiative à grande valeur ajoutée, qui invite agriculteurs et acériculteurs à s'asseoir à la même table dans le but de développer un circuit court entraînant des retombées économiques intéressantes pour ces deux secteurs d'activité », résume le directeur général de la SADC de Témiscouata, M. Gaétan Ouellet.

DES ENJEUX À NE PAS PERDRE DE VUE

L'objectif de la Coopérative est désormais que des terres soient consacrées à la culture du panic érigé en nombre suffisant pour combler les besoins de combustibles de quelque 350 producteurs acéricoles de la MRC de Témiscouata. Stabiliser l'approvisionnement de biomasse et assurer la constance de sa qualité et de sa distribution demeureront des enjeux de taille pour les prochaines années.

La Coopérative déploie des efforts particuliers sur un autre plan. Le passage d'un appareil de chauffage au mazout à un système conçu pour la combustion des granules représente un certain investissement pour les acériculteurs, qui peut se révéler assez important pour les décourager de franchir le pas. Devant ce constat, la Coopérative entend explorer les programmes énergétiques gouvernementaux pour venir en aide aux producteurs.

La Coopérative forestière Haut Plan Vert croit dur comme fer que la culture de plantes énergétiques sur bon nombre de terres en friche et le besoin des acériculteurs de se tourner vers une énergie plus verte forment une combinaison gagnante appelée à devenir une force de développement local et régional.

1. On entend, par *circuit court*, une production locale consommée localement, dans ce cas-ci par les acériculteurs.

AIDE-TIC : LA RECETTE ÉPROUVÉE DU PARTENARIAT

Le 22 septembre 2011 a été un grand jour pour les résidents de la MRC du Fjord-du-Saguenay. L'Agence interrégionale de développement des technologies de l'information et des communications (AIDE-TIC) a choisi cette journée-là pour annoncer la mise en service de la tour de télécommunications de Sainte-Rose-du-Nord et, par le fait même, la conclusion de son initiative visant à doter le territoire de la MRC du Fjord-du-Saguenay de la téléphonie cellulaire et d'Internet à haut débit sans fil de quatrième génération (4G). En clair, ces services devenaient, ce jour-là, accessibles à près de 99 % de la population.

« L'AIDE-TIC se consacre à aider la population des zones rurales à avoir accès aux nouvelles technologies de l'information et des communications, avec la même qualité de service et aux mêmes conditions que celles offertes aux autres municipalités dans le reste du pays. Le 22 septembre dernier, c'est un pan important de notre mission qui a pris fin avec succès », a fait remarquer le président de l'AIDE-TIC et directeur général de la Coopérative forestière Ferland-Boilleau, M. Éric Rousseau.

APRÈS LE DÉLUGE

Il y a longtemps que l'on parlait de ce projet dans les chaumières. En effet, les pluies diluviennes qui se sont abattues sur la région du Saguenay-Lac-Saint-Jean, en juillet 1996, ont mis cruellement en évidence la nécessité de doter le territoire d'un nouveau réseau de télécommunications. Il a cependant fallu attendre 2003 pour que des discussions soient entreprises avec Bell Mobilité. Mais la technologie alors disponible était trop coûteuse, ce qui freina rapidement la faisabilité du projet.

En collaboration avec la SADC du Fjord, divers intervenants conçoivent donc un projet audacieux qui fera appel au protocole HSPA¹, dont les caractéristiques technologiques rendent accessibles, à un coût abordable, les services de télécommunications mobiles avancées dans une zone géographique de grande étendue.

Mais un tel projet exige des investissements importants, plus de 8 M\$. Et c'est alors, en mai 2009, que l'AIDE-TIC est créée, grâce à une collaboration exceptionnelle des intervenants du milieu.

AXÉ SUR LE MILIEU

Comment ce vaste projet a-t-il été rendu possible et a-t-il été fructueux ? D'abord et avant tout grâce à l'implication des citoyens, des élus des localités des MRC du Ford-du-Saguenay et de la Haute-Côte-Nord, des gouvernements du Canada et du Québec, ainsi que de Bell Mobilité. « C'est une initiative des gens du milieu, pour les gens du milieu. La volonté bien arrêtée de doter le territoire d'un réseau de télécommunications répondant aux exigences de l'heure et la ferme résolution de le mettre en place ont compté pour beaucoup dans la décision de Bell Canada d'accueillir favorablement la demande qui lui avait été formulée par l'AIDE-TIC », résume M. Rousseau.

NOUVEAU PROJET, MÊME PASSION DE RÉUSSIR

Dès le départ, le projet de réseau de télécommunications englobait, outre la MRC du Fjord-du-Saguenay, des collectivités de la MRC voisine, soit de la Haute-Côte-Nord. Dès lors, la SADC du Fjord a donc voulu travailler avec celle de la Haute-Côte-Nord. Le projet qui a découlé de cette collaboration et qui a été présenté au milieu comprenait l'installation de treize tours de transmission et de trois répéteurs de signaux, le tout formant un réseau de communications relié au réseau mobile de Bell Canada. Il permettait d'assurer, dès sa mise en service, une couverture aux municipalités suivantes : Bégin, Saint-Honoré, Ferland-et-Boilleau, Sainte-Rose-du-Nord, Baie-Éternité, Rivière-Éternité, L'Anse-Saint-Jean, Mont-Édouard, Petit-Saguenay, Sacré-Cœur, Les Bergeronnes, Les Escoumins et Longue-Rive.

La mise en chantier du réseau de télécommunications a eu lieu en 2010, la première étape consistant à faire l'acquisition des terrains pour y ériger les tours. Mais le vaste projet collectif s'est prêté constamment à l'innovation sur le plan des façons de faire. À titre d'exemple, les maires des municipalités visées avaient à cœur d'apporter leur pierre à l'édifice. Résultat : en moins de trois mois, tous les terrains étaient sous bail avec l'AIDE-TIC. La formule qui a été adoptée est également avantageuse à long terme, puisqu'elle assurera l'existence du réseau pour une période de 30 ans.

À toutes les étapes de la réalisation du projet, AIDE-TIC attache beaucoup d'importance à ce que les fournisseurs locaux soient pleinement associés aux travaux. Ce fut le cas, notamment, pour l'aménagement des chemins de desserte des tours de télécommunications, mettant à contribution les arpenteurs, les électriciens... En plus de constituer une source de revenus appréciables pour les entrepreneurs forestiers et leurs travailleurs, ces travaux ont contribué à diminuer les effets de la crise forestière dans la région.

Les travaux avançaient rapidement, si bien que les deux premières tours de télécommunications sont inaugurées à la fin de novembre 2010, soit trois mois plus tôt que prévu. Le rythme va se poursuivre, puisque la totalité des tours seront présentes dans le ciel des MRC en moins de quinze mois. Le tout sera terminé à l'automne 2011, alors qu'on avait prévu que les travaux s'étaleraient jusqu'en 2012.

BIENFAITS DE LA FORMULE CHOISIE

Du côté de Bell, d'ailleurs, c'était la première fois qu'ils s'engageaient aux côtés d'une entreprise telle que l'AIDE-TIC pour assurer la couverture d'un réseau aussi vaste de télécommunications sur un territoire aussi étendu. Pour l'AIDE-TIC, la formule présente des avantages, puisque Bell devient son client. En effet, la grande entreprise sera locataire des tours, qui demeureront la propriété de l'AIDE-TIC. Les recettes serviront à l'amélioration du niveau technologique sur le territoire desservi, afin de lui conserver un bon niveau d'attractivité.

Dans les MRC visées, la téléphonie cellulaire de quatrième génération et Internet à haut débit sans fil vont entraîner de nombreuses retombées. Aux individus et aux entreprises, ils vont donner accès à une technologie de pointe, ce qui se traduira par une meilleure ouverture sur le monde. Ils vont offrir un accès continu à la réseautique, une demande fréquemment exprimée, tant par les entrepreneurs désireux de s'établir dans la région que par leur clientèle. En outre, ces nouvelles technologies viendront appuyer les efforts consentis au sein des collectivités pour diversifier et redynamiser leur économie encore trop dépendante de l'exploitation forestière.

À cet égard, la disponibilité d'un réseau de télécommunications des plus performants sera le prélude à un meilleur développement de l'industrie touristique, et notamment de l'écotourisme, qui représente un créneau d'intérêt pour assurer l'essor de la région.

RESTER BRANCHÉ EN TOUT TEMPS

Par ailleurs, la présence du réseau sera également bénéfique dans le domaine des soins de santé, puisque les technologies de l'information et des communications peuvent être mises à contribution par les professionnels de la santé à des fins de diagnostic, de traitement et de prévention. De plus, la disponibilité de la téléphonie cellulaire offrira plus de sécurité aux usagers de la route 172, qui est maintenant couverte par le réseau sur pratiquement toute sa longueur, sauf pour une distance de 45 kilomètres environ.

« Quand elle fait le bilan de son intervention, la SADC du Fjord est très fière d'avoir été un ouvrier dès la première heure dans la réalisation d'un projet marquant pour la vitalité et le développement économique d'un vaste territoire du Québec. Avec le concours de l'AIDE-TIC, elle a été capable de mener à terme une initiative innovatrice, résolument axée sur les besoins du milieu, qui se traduit par la disponibilité de deux services essentiels pour le prix d'un, et ce, au bénéfice de la population », a indiqué le directeur général de la SADC du Fjord, M. André Nepton.

1. HSPA est l'abréviation de *High-speed packet access* : l'accès par paquets haut débit.

DES SOLUTIONS BÉTON À LATERRIÈRE

Au cours du deuxième week-end d'octobre 2011, les milliers de croisiéristes¹ qui ont fait escale au quai de la Baie des Ha! Ha! à Saguenay et qui ont traversé le pavillon d'accueil ont foulé l'une des réalisations les plus visibles de l'entreprise Les Finitions de Béton Sylvain Tremblay (LFB) inc., établie à Laterrière, au Saguenay-Lac-Saint-Jean.

En effet, c'est à elle que l'on doit le plancher du pavillon d'accueil. Pour ce faire, l'entreprise a eu recours au béton meulé. Ce procédé avant-gardiste permet d'obtenir une surface dure, facile d'entretien et très esthétique, des caractéristiques qui séduisent les propriétaires d'immeuble.

REGARDER AUJOURD'HUI POUR MIEUX VOIR DEMAIN

Si cette technique est maintenant utilisée au Québec, c'est grâce à la compagnie Les Finitions de Béton Sylvain Tremblay (LFB). « Être entrepreneur, ça signifie souvent conduire la marche. Avoir un produit innovateur, répondant aux exigences les plus rigoureuses des concepteurs de bâtiments, c'était à coup sûr nous donner une longueur d'avance pour poursuivre notre croissance », affirme le président fondateur de l'entreprise, M. Sylvain Tremblay, qui n'a pas craint d'investir une forte somme dans l'achat de tout l'équipement de pointe nécessaire à la fabrication de ce type de plancher.

TENTATIVE DE DESCRIPTION D'UN ENTREPRENEUR-NÉ

Si, un jour, vous cherchez à tracer le portrait d'un entrepreneur, tournez-vous sans hésiter vers M. Sylvain Tremblay. Homme d'action, il aime que les choses bougent, et préférablement à la vitesse de la lumière... ou plus vite encore ! Quand il conçoit un projet – et il lui en vient continuellement à l'esprit – il ne recule devant rien pour qu'il se matérialise sans tarder.

L'entrepreneur est aussi connu comme un visionnaire créatif. Il jauge parfaitement l'énorme potentiel de son secteur d'activité et il met tout en œuvre pour que son entreprise en tire avantage. À ses yeux, il est extrêmement important de se tenir au courant des avancées dans l'industrie du bâtiment. D'ailleurs, il est d'avis qu'on ne peut pas parler de connaissances approfondies si celles-ci ne sont pas continuellement actualisées. M. Tremblay n'est pas du genre à se méfier des changements et des nouvelles façons de faire. Dans son style de gestion, il prône la délégation de pouvoir. Il sait s'entourer de collaborateurs en qui il a pleinement confiance et à qui il confie d'importantes tâches.

BONNE AMBIANCE DANS L'ENTREPRISE

En outre, M. Tremblay s'est fait connaître comme un employeur responsable, soucieux d'assurer le mieux-être de ses employés. À titre d'exemple, il offre divers avantages, tels que des abonnements à un centre de conditionnement physique. Il cherche constamment des initiatives qui tendent vers l'amélioration continue du milieu de travail. Sa générosité ne s'arrête pas à la sortie de l'atelier; les organismes caritatifs et communautaires, à l'échelle locale, savent qu'ils peuvent compter sur le soutien de M. Tremblay, que ce soit lors d'une campagne de financement ou pour participer à une cause sociale.

CONSTRUIRE SON SUCCÈS

L'entreprise qu'il dirige a été créée en 1996 et compte aujourd'hui quelque 75 employés à temps plein et à temps partiel. Ceux-ci viennent en majorité de la région du Saguenay-Lac-Saint-Jean, mais ils sont appelés à se déployer à la grandeur du Québec, étant donné le grand rayon d'action de l'entreprise et ses nombreuses activités.

Possédant une expertise remarquable dans la construction, l'entreprise est un fournisseur officiel de grands donneurs d'ordres, qu'il s'agisse de Rio Tinto Alcan, d'Hydro-Québec ou du ministère des Transports du Québec. Elle est en mesure d'offrir une gamme des plus riches de services, allant de la réparation de surfaces en béton à la fabrication de plaques d'époxy, de coffrages et de bases en terrazzo, en passant par la finition de planchers ainsi que l'injection et l'imperméabilisation de surfaces. Elle dispose également d'un équipement unique, fabriqué par la compagnie suédoise Aquajet systems AB, qui lui donne la possibilité d'offrir un service d'hydrodémolition² partout au Québec, l'équipement étant mobile.

UNE VALEUR SÛRE, LA SADC DU HAUT-SAGUENAY

« Quand la SADC a été mise au courant de ce projet d'acquisition, qui contribuait à accroître le rayonnement d'une entreprise de notre région et permettait d'y introduire une technologie innovatrice, elle ne s'est pas fait tirer la manche longtemps pour s'y associer », explique le directeur général de la SADC du Haut-Saguenay, M. André Boily. D'autant plus que la mise en service d'un tel équipement utilisant une technologie de pointe se traduisait par une diminution marquée des risques d'accident pour les employés et une bonification de leurs conditions de travail par la réduction de la poussière de silice résultant des opérations de démolition conventionnelle menées avec un marteau perforateur. La SADC a donc prêté main-forte à l'entrepreneur pour le montage financier du projet et lui a accordé du financement. Deux emplois spécialisés ont été créés dans la foulée de cette initiative, en raison du niveau de sophistication et d'informatisation de l'équipement.

SUR LA MÊME LONGUEUR D'ONDE

L'entrepreneur est en relation continue avec la SADC depuis 1996. Il ne se passe pas une semaine sans qu'il communique avec ses conseillers. « Entre partenaires, j'estime qu'il est essentiel de se tenir au courant de ce qui se passe dans l'entreprise. Quand la SADC dispose d'une information exacte au moment opportun, il lui est plus facile de donner des avis judicieux, et c'est ce que j'apprécie de son équipe », confie M. Tremblay. De plus, celui-ci assiste à toutes les activités de formation ou autres organisées par la SADC du Haut-Saguenay. Il a, par exemple, pris part à un atelier sur le développement durable. C'est une question qui lui tient particulièrement à cœur, comme en atteste le choix de l'Aquajet, un équipement qui réutilise l'eau qui sert à son fonctionnement. Toujours au chapitre de la formation, M. Tremblay tient à faire profiter les jeunes entrepreneurs ou les petites entreprises de son bagage expérientiel. Il se prête donc volontiers au rôle de mentor et en retire une satisfaction à la hauteur de l'énergie qu'il y met.

Bref, l'entreprise Les Finitions de Béton Sylvain Tremblay est implantée au cœur de la collectivité de Laterrière et participe, à bien des égards, à sa vitalité socioéconomique. « J'ai la possibilité de redonner à ma communauté, et je juge important de le faire », de conclure son président.

2. Méthode de destruction du béton détérioré qui utilise un jet d'eau à haute pression, tout en laissant intactes les zones saines et l'acier d'armature, ce qui facilite les travaux de reconstruction.



MEUBLES OU ŒUVRES D'ART ?

« J'ai toujours voulu être ébéniste. Je n'ai même jamais travaillé pour d'autres; j'ai toujours été à mon compte », confie M. Gilles Gaudreault, un homme qui a sans cesse des rêves et, surtout, le talent et la volonté pour les concrétiser. Son plus beau rêve, ce fut sans doute son entreprise, Les Industries Grandmont, qu'il a mise sur pied en 1991, à Saint-Gédéon au Saguenay-Lac-Saint-Jean.

L'HARMONIE RÈGNE

Les Industries Grandmont se spécialisent dans la fabrication et la finition de meubles traditionnels québécois pour les secteurs résidentiel, industriel et institutionnel. En plus de réaliser des meubles qui font tourner les têtes, l'entreprise offre aux particuliers la possibilité de transformer l'intérieur de leur maison afin de créer un décor architectural unique, en parfaite harmonie avec le style du mobilier. En outre, au secteur institutionnel – auberges, restaurants et magasins de détail –, elle propose une gamme personnalisée de mobilier.

UNE PASSERELLE ENTRE LA R-D ET LA GAMME DE PRODUITS

L'entreprise a su, au cours des ans, faire preuve d'ingéniosité. Elle a ainsi réussi à mettre au point des procédés de transformation adaptés aux meubles d'époque, dont la mise en application a permis de rendre l'unité de production des plus polyvalentes. Le fabricant est également engagé dans la recherche-développement. Les résultats de ses travaux ont été appliqués à divers volets des activités, qu'il s'agisse du séchage de la matière ligneuse, des essences à utiliser ou des teintes de bois à offrir aux clients. Pour M. Gaudreault, il était important que la recherche-développement ait un lien direct avec la conception et la fabrication des produits. Cette démarche ne pourrait d'ailleurs être mieux résumée que par la devise des Industries Grandmont : *Innover dans la tradition*.

Les Industries Grandmont se démarquent nettement par des concepts originaux de produits, où le style traditionnel fait bon ménage avec le design contemporain. Aujourd'hui, les meubles et accessoires sont fabriqués en bois de grande qualité provenant de fibres boréales. Leur production est respectueuse de l'environnement. Bien de son temps, M. Gaudreault privilégie, en effet, la récupération et la revalorisation de diverses sources de bois postconsommation (c'est-à-dire provenant de granges, de poteaux, de tours de distribution, etc.).

PÉRIODE D'ESSAI

Les débuts furent modestes, les activités étant réalisées dans un petit atelier d'ébénisterie où étaient fabriqués des meubles pour la commission scolaire locale ainsi que des armoires de cuisine et de salle de bains pour les particuliers. Les panneaux en particules de bois et la mélamine étaient alors utilisés.

Avec le temps, l'entreprise est amenée à explorer plusieurs avenues de commercialisation. La passion qui anime M. Gaudreault sera en grande partie alimentée par la recherche de nouveaux créneaux. À dire vrai, cette période de tâtonnements ne sera pas toujours facile, mais grâce à la ténacité et à la volonté de réussir de son propriétaire, l'entreprise surmontera les obstacles.

Une rencontre a par ailleurs été déterminante pour le développement des Industries Grandmont. « Il y a une dizaine d'années, M. Richard Cardinal, qui occupe le poste de directeur des services aux entreprises au sein de la SADC Lac-Saint-Jean-Est, m'a présenté M. Daniel Bénot, de la société Bénot Import Expert. Cet homme m'a dit : "Si tu veux réussir, commence par trouver ta

richesse chez toi." À partir de ce moment-là, nous avons fait un virage à 180° », précise M. Gaudreault. Du coup, celui-ci prend conscience que le bois représente la richesse de sa région, et c'est là-dessus qu'il va désormais miser pour assurer le développement de son entreprise.

UNE TENDANCE, PLUSIEURS DÉCLINAISONS

À ce chapitre, d'ailleurs, le printemps 2010 a été un moment charnière pour l'entreprise. Une nouvelle marque de commerce, JEPETO, voit en effet le jour.

Les meubles et accessoires de cette collection sont fabriqués en bois brut, provenant d'essences de la forêt boréale de la région. D'inspiration européenne, cet ensemble est proposé dans un choix de couleurs tendance au fini usé et brossé. Fruit de plusieurs mois de recherches, ces meubles et objets de décoration répondent en tous points à la demande sans cesse grandissante pour des produits naturels. Avis aux clients : cette nouvelle génération de meubles n'est pas vendue par les détaillants de meubles traditionnels, mais bien dans des magasins spécialisés dans les articles de décoration. « Nous avons créé Jepeto pour prendre des parts de marché à l'extérieur de la région du Saguenay-Lac-Saint-Jean. Aujourd'hui, nous avons 70 points de vente au Canada; nous sommes présents dans toutes les provinces et, vers la fin de 2012, nous devrions faire des percées sur les marchés américain et belge », annonce M. Gaudreault.

POUR LE BIEN DE SON ENTREPRISE

La croissance des Industries Grandmont tient, dans une certaine mesure, à la grande ouverture d'esprit de l'entrepreneur et à sa propension à l'encadrement. En outre, comme il est conscient de ses forces et de ses faiblesses, M. Gaudreault est très réceptif aux suggestions qui lui sont faites pour le développement optimal de son entreprise. C'est d'ailleurs l'avis exprimé par le directeur général de la SADC Lac-Saint-Jean-Est, M. Daniel Deschênes : « Au cours de l'été 2011, les conseils qui lui ont été prodigués par un consultant ont pavé la voie au réaménagement des installations de l'entreprise afin d'intégrer de nouveaux procédés dans le processus de fabrication et, ainsi, accroître sa capacité de production. »

L'entreprise de M. Gaudreault est cliente de la SADC Lac-Saint-Jean-Est depuis 1996. L'équipe de la SADC est donc un témoin privilégié, tant de l'évolution de l'entrepreneur que de la progression de son entreprise.

Au début, quand le fondateur des Industries Grandmont s'est tourné vers la SADC Lac-Saint-Jean-Est pour obtenir du financement, celle-ci était la seule à croire au potentiel de l'entrepreneur et de son entreprise. Aujourd'hui encore, la SADC est impliquée sur le plan financier; elle met toutefois d'autres expertises à la portée de M. Gaudreault. L'entrepreneur participe présentement à deux programmes élaborés par la SADC, soit le programme d'appui en ressources humaines et le programme d'appui au gestionnaire

d'entreprise. M. Gaudreault, qui possède à un niveau rare la capacité de maîtriser en peu de temps des concepts théoriques, témoigne ainsi de sa satisfaction : « J'ai grandement bénéficié de l'appui de la SADC. J'attache une grande importance à ses programmes, qui sont, par ailleurs, arrivés à point nommé. »

PRÉSENT SUR LE TERRAIN

« J'ai vécu comme un artiste pendant une dizaine d'années et, depuis une dizaine d'années, je suis devenu gestionnaire », résume M. Gaudreault, dont le savoir et l'expérience représentent une richesse inestimable. Malgré un emploi du temps des plus chargé, il maintient un haut niveau d'implication dans son milieu. Il a agi, par exemple, à titre de vice-président du réseau Alliance Bois, dont l'objectif est de favoriser le regroupement et la collaboration des entreprises de la région. Il siège également au Comité Accord Bois et prend une part active à Serdex International (Service d'aide à l'exportation du Saguenay-Lac-Saint-Jean). Il est aussi membre de la Société des fabricants régionaux.

UN RÊVE CHARGÉ DE SENS

Cet homme intelligent et passionné n'a pas fini de rêver. S'il avait un conseil à donner à un jeune entrepreneur, ce serait le suivant : « Dans la vie, on a besoin de trois choses pour réussir : les rêves, la passion et la volonté. »

Quant aux amateurs de belles choses, il n'est pas interdit de penser que les meubles portant l'estampille Grandmont n'ont pas fini de les faire rêver !



AMS MET LE CAP SUR LE MONDE

« Nous avons choisi AMS pour notre logiciel de maintenance après avoir examiné plusieurs programmes disponibles. Les avantages de ce système sont nettement supérieurs aux autres. Il a été, de loin, le plus complet des logiciels disponibles et, c'est quelque peu ironique, le plus facile à utiliser. »

Ce témoignage se trouve, avec d'autres, sur le site Web d'Aircraft Maintenance Systems RD inc. (AMS). Il résume bien l'extrême satisfaction que retirent les utilisateurs de l'un ou l'autre des logiciels commercialisés par l'entreprise de Saint-Félicien, au Saguenay-Lac-Saint-Jean, pour la planification et la gestion de l'entretien des aéronefs. « Dès le départ, AMS s'est fixé l'objectif d'innover pour offrir au secteur de l'aéronautique des solutions intégrées, de qualité supérieure et qui se distinguent par leur convivialité », rappelle le fondateur et président-directeur général d'AMS, M. Richard Larue. Innovateurs et entièrement informatisés, les logiciels AMS relèguent, comme on s'y attend, crayons et papiers aux antiquités !

UNE IDÉE QUI A FAIT SON CHEMIN

On entend parfois dire que toute personne en qui coule du sang d'entrepreneur doit aussi avoir la capacité de tenir à ses idées et de les défendre becs et ongles, au besoin. En 1985, alors que M. Larue est directeur de l'entretien dans une compagnie d'aviation, il fait un voyage à Winnipeg. L'entreprise où il se rend ouvre le chemin : elle utilise déjà un ordinateur pour gérer les tâches de maintenance de ses aéronefs. Pour M. Larue, habitué à faire ce travail « à la main », c'est la révélation.

Le projet d'élaborer et de mettre au point un logiciel semblable, mais plus perfectionné, ne va plus le quitter. Dans les années 1990, il commence par chercher, sur la Toile, un programme qui correspond à ses besoins. Tous les produits qu'il y trouve sont à ses yeux des demi-mesures, puisqu'ils n'offrent pas la possibilité, entre autres, de générer des rapports. Dès lors, M. Larue, en bon intuitif, se dit qu'il tient un bon filon. Les années passent et, en 1999, M. Larue retient les services d'un ami de son fils Sébastien, qui a l'avantage d'étudier en informatique. Après deux étés de travail, le jeune homme réussit à mettre au point un logiciel qui non seulement comble les attentes de M. Larue, mais qui suscite aussi l'intérêt de nombreux clients, sans oublier les fonctionnaires de Transports Canada chargés de colliger les rapports d'entretien des appareils. En octobre 2002, M. Larue crée AMS et, coup sur coup, vend un programme à un premier client.

INNOVER AVEC SUCCÈS

L'entreprise félicinoise compte aujourd'hui plus de 155 clients, répartis dans 23 pays, dont le Canada et les États-Unis, bien entendu, mais également la France, l'Indonésie, le Maroc et l'Australie. Elle offre dix emplois de qualité, dans divers domaines, mais tous avec un contenu technologique supérieur et tous reliés au secteur de pointe qu'est l'aéronautique. AMS fait partie du peloton d'entreprises qui exportent, aux quatre coins de la terre, des produits conçus grâce à un savoir-faire développé au niveau local.

Pour M. Larue, les ressources humaines représentent la pierre angulaire de toute entreprise qui entend se démarquer par des savoirs de haut niveau. C'est pourquoi il tient à offrir des conditions qui facilitent l'instauration d'un climat de travail propice à l'innovation et à la créativité, et qui favorisent le maintien en poste des employés. À cet égard, d'ailleurs, le principal défi que M. Larue aura à relever au cours des prochaines années sera justement de disposer en tout temps d'une main-d'œuvre de qualité, bilingue. Difficile sans cela de garder la longueur d'avance salubre sur les concurrents et de développer pleinement le potentiel d'AMS.

DONNER SA CHANCE À LA RÉGION

Pour relever ces défis de haute volée, il faut une bonne dose de ténacité. Ça tombe bien, car M. Larue en a à revendre. Il l'a bien démontré quand il a choisi d'établir sa société en région, même s'il savait que le chemin allait être parsemé d'embûches. Selon lui, il est extrêmement important de créer de la richesse localement et de participer à l'effort collectif qui s'appelle « développer une région ». Il est persuadé que les entreprises comme la sienne, peu touchées par la crise forestière qui sévit dans nombre de collectivités au Québec, peuvent apporter une contribution de poids à la vitalité économique. C'est pourquoi M. Larue souhaite qu'AMS demeure à Saint-Félicien et qu'elle y prenne de l'expansion. « Notre feuille de route fait la preuve de façon éclatante qu'il est possible d'exercer des activités hautement technologiques en région et, surtout, d'y accumuler les succès », se plaît-il à faire remarquer, non sans raison. En outre, en offrant des possibilités de carrière des plus stimulantes, AMS engage des jeunes à revenir en région et en incite sûrement d'autres, frais sortis du cégep ou de l'université et rompus aux nouvelles technologies, à y rester pour gagner leur vie.

LA SADC LAC-SAINT-JEAN OUEST, PARTENAIRE À PART ENTÈRE

« À la SADC Lac-Saint-Jean Ouest, nous nous estimons privilégiés de travailler coude à coude avec un homme d'affaires de la trempe de M. Larue. AMS, en effet, possède tous les atouts que nous souhaitons pour diversifier notre économie. Exerçant des activités parfaitement inscrites dans l'économie du savoir et maintenant une forte présence à l'échelle internationale, elle apporte une grande valeur ajoutée au Saguenay-Lac-Saint-Jean », constate le directeur général de la SADC, M. Serge Desgagné.

La SADC est en lien avec M. Larue depuis 2005, alors que, sur les conseils d'un comptable, il contacte la SADC pour obtenir un coup de pouce. Convaincue des excellentes perspectives de croissance d'AMS, la SADC l'aide alors à réaliser une étude de marché pour déterminer les besoins d'un logiciel de planification de l'entretien des aéronefs sur le plan mondial. L'entrepreneur veut également mieux connaître ses concurrents, afin d'améliorer ses produits. Ce faisant, il se consacre à jeter les bases d'un bon positionnement international, et comme il s'agit d'une étape stratégique dans un secteur aussi pointu que celui où évolue AMS, il a besoin d'appui. La SADC est heureuse de lui fournir son aide technique; grâce à ses ressources dans le milieu, elle est en mesure de faciliter le réseautage de la jeune entreprise. Par ailleurs, trouver des capitaux n'est pas une sinécure, les institutions traditionnelles faisant la sourde oreille en présence de projets mis en œuvre dans un domaine aussi intangible que les technologies de l'information et des communications. La SADC Lac-Saint-Jean Ouest aidera alors M. Larue à se prévaloir des différents programmes d'aide pour franchir le cap déterminant du

démarrage. Tout ce travail se fait au sein d'un partenariat réunissant Développement économique Canada (DEC), le SERDEX, le Conseil national de recherches Canada (CNRC), le ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation du Québec (MDEIE), le Centre local de développement (CLD) et la Ville de Saint-Félicien. Plus récemment, en 2009-2010, la SADC a également apporté son soutien à l'entrepreneur à l'étape de l'élaboration de la deuxième version des logiciels.

Richard Larue n'a rien d'un entrepreneur solitaire. C'est un joueur d'équipe qui a su s'entourer, d'abord de sa conjointe, Line, puis de ses deux fils, Sébastien et Jako, qui ont intégré tour à tour les rangs d'AMS. Si la persévérance fait partie de toute trousse de solutions aux problèmes qui se posent à un entrepreneur, M. Larue en a à profusion dans la sienne, car il lui a fallu une somme incalculable d'énergie et d'enthousiasme pour poursuivre son idée contre vents et marées et la transformer en une entreprise rentable, qui fait la fierté du Saguenay-Lac-Saint-Jean.



LES INDUSTRIES B.R. MÉTAL ABOLISSENT LA DISTANCE

Des exemples d'hommes et de femmes qui quittent leur région natale pour aller réaliser leurs aspirations de carrière à Montréal ou dans un autre grand centre du Québec, il en existe beaucoup. Mais des gens qui laissent un poste bien rémunéré à Montréal pour s'installer à leur compte au Saguenay-Lac-Saint-Jean, il y en a certes moins.

C'est pourtant l'expérience vécue par M. Robin Boulianne, qui a fondé les Industries B.R. Métal inc. « Partir de la région de Montréal, affirme-t-il, pour démarrer une entreprise chez moi à Dolbeau-Mistassini, non seulement c'était possible, mais c'est la meilleure décision que j'aie prise de toute ma vie ! » Ingénieur industriel de formation, M. Boulianne occupait un poste de directeur de la production au sein des Industries Cendrex, à Montréal. Lorsque sa conjointe et ses trois enfants lui font part de leur désir de retourner s'établir dans la municipalité régionale de comté de Maria-Chapdelaine, il prend le temps de réfléchir, puis annonce à ses employeurs, en août 2007, sa décision de les quitter en décembre de la même année.

VIVRE EN RÉGION ?

Pour les dirigeants de Cendrex, il est clair qu'il ne faut pas perdre cet employé clé. Une solution se dessine. En effet, l'entreprise est confrontée à des problèmes de locaux. Ceux qu'elle occupe dans l'arrondissement Rivière-des-Prairies conviennent parfaitement à la production des portes d'accès et des casiers postaux en métal, mais ils sont peu adaptés à la fabrication des trappes à toit, des cendriers et des poubelles, laquelle représente un autre volet de ses activités. Ils voient donc là une occasion d'établir à Dolbeau-Mistassini une unité de production spécialisée dans ces derniers produits. Toutefois, les conseillers de Cendrex ne partagent pas cet avis et découragent la direction d'aller de l'avant avec ce projet.

Une décision qui aurait pu inciter M. Boulianne à mettre son projet au rancart. Mais pas pour cet homme très polyvalent, qui ne craint aucunement de prendre des risques après les avoir calculés. Il refuse même le poste que la papetière AbitibiBowater lui offre sur un plateau d'argent, estimant avoir peu d'affinités pour le travail dans une grande entreprise. Il prend plutôt le chemin de la SADC Maria-Chapdelaine et du Centre local de développement (CLD) pour y consulter des conseillers. En rafale, il bénéficie alors de l'aide de la SADC pour préparer son plan d'affaires et d'un premier financement pour démarrer son entreprise, dont l'inauguration a lieu en 2008. Il devient alors sous-traitant des Industries Cendrex pour certains produits.

PRIORITÉ À LA MOTIVATION ET À L'AMÉLIORATION

M. Boulianne a l'étoffe d'un entrepreneur désireux de faire sa marque dans l'industrie de la transformation du métal. Il possède une connaissance approfondie de ce secteur, complétée par une expérience et une expertise non moins étendues. De plus, c'est un homme qui a fait, du dynamisme et de l'enthousiasme, sa marque de commerce. Expert dans la gestion des ressources humaines, il entend rester près de ses employés et ne perd jamais de vue l'importance de leur mieux-être. À ses yeux, l'entrain au travail et l'esprit d'équipe sont les piliers de la performance d'une entreprise. C'est pour cela qu'il désire que son usine adopte un processus d'amélioration continue du savoir-être et du savoir-faire des employés, et que cette pratique exemplaire s'étende à l'accroissement de la productivité et au renforcement de l'esprit d'équipe.

« B.R. Métal inc. est le meilleur exemple d'entreprise ayant pris la décision de s'installer dans une région ressource et de former des alliances avec des entreprises de la région métropolitaine de Montréal, et cela, tout en préservant sa compétitivité », note le directeur général de la SADC Maria-Chapdelaine, M. Errol Lapierre, qui a appris à connaître M. Boulianne au cours des dernières années.

En plus d'un prêt accordé dans le cadre de la Stratégie jeunesse, les Industries B.R. Métal se sont vu octroyer un prêt tiré du Fonds d'investissement de la SADC. Elles ont également reçu l'appui, financier ou technique, de Développement économique Canada, du Centre local de développement et de la Caisse populaire Desjardins de Dolbeau-Mistassini.

UNE PRÉSENCE QUI COMPTE

Par ses activités, en lien direct avec la valorisation de l'aluminium, l'établissement prend part à l'effort collectif visant à diversifier l'économie du Saguenay-Lac-Saint-Jean. Aucune autre entreprise n'occupe un créneau semblable au sien à l'échelle régionale, sans oublier qu'elle a apporté une expertise inédite dans le milieu. De plus, elle a créé dix emplois en quelque trois ans.

Dans l'exercice de ses responsabilités, son fondateur a acquis une grande maîtrise de l'ensemble des principes de gestion manufacturière moderne, qu'il s'agisse de la philosophie de la production allégée, de la production optimisée, de la méthode 5S ou de la mise en course rapide. À l'extérieur de son usine, il peut mettre ses qualités évidentes de leader au service de l'équipe de hockey dont il est entraîneur. D'ailleurs, son entreprise ne se fait jamais tirer l'oreille quand il s'agit de commanditer des équipes de hockey à Dolbeau-Mistassini. Pour ne pas faire de jaloux, elle accorde également son soutien aux tournois de golf de la commission scolaire locale et aux tournois de curling qui se tiennent dans la collectivité.

REGARD SUR LES PRODUITS

La gamme de produits qui sortent de l'usine des Industries B.R. Métal est longue et comprend des cendriers muraux pour usage intérieur et extérieur, des poubelles intérieures et extérieures, en acier inoxydable ou blanches, et des poubelles-cendriers murales, pour usage intérieur et extérieur. L'entreprise offre aussi des clôtures ornementales, des garde-corps, des mains courantes et des escaliers à limon central personnalisé. En outre, elle agit à titre de sous-traitant pour des opérations de thermolaquage – application de peinture poudre électrostatique – pour une clientèle locale et régionale. B.R. Métal est d'ailleurs la seule entreprise au Saguenay-Lac-Saint-Jean à utiliser ce procédé. Grâce à cette activité, elle a permis à maintes entreprises locales d'être compétitives avec celles de Montréal et de Québec, et ce, en pouvant offrir à leurs clients des produits clés en main.

De plus, avec le logiciel de dessin et de conception en trois dimensions Solid Edge, les Industries B.R. Métal auront la capacité de développer, en étroite collaboration avec Cendrex, de nouveaux produits qui viendront compléter et agrémenter la présente gamme. La diversification des activités de l'entreprise lui permet de se démarquer de ses compétiteurs au Québec, puisque ceux-ci n'offrent pas de produits finis. De plus, contrairement à ce qu'on pourrait penser, la distance n'est pas un obstacle : M. Boulianne a les mêmes délais de livraison que les entreprises montréalaises. Tout comme elles, il peut livrer les produits le jour suivant la commande !



UNE TOMATE POUR VOUS METTRE EN APPÉTIT?

Originaire de l’Amérique du Sud, la tomate est devenue l’une des composantes les plus importantes de l’alimentation humaine. On estime que sa culture occuperait une superficie de quelque trois millions d’hectares, soit plus du tiers des surfaces mondiales consacrées aux légumes. Bien qu’elle soit principalement mangée crue, elle est à la source d’une importante industrie de transformation, qu’il s’agisse des tomates séchées ou pelées en boîte, du coulis ou du concentré, des diverses sauces – dont le ketchup se taille la part du lion – ou du jus¹.

Mais, dans Charlevoix, la tomate ajoute une nouvelle saveur à sa palette. En juin 2011, en effet, le Domaine de la Vallée du Bras a lancé *Omerto*, un tout premier vin biologique fait de tomates.

« Encore une fois, notre région s’inscrit au tableau d’honneur ! La fabrication de ce produit constitue une première au Canada et dans le reste de l’Amérique du Nord. La SADC de Charlevoix a tout de suite reconnu le grand potentiel de l’initiative que lui a présentée le fondateur du Domaine de la Vallée du Bras, M. Pascal Miche, et c’est pourquoi nous nous sommes associés à sa démarche entrepreneuriale et lui avons offert un véritable accompagnement pour se lancer à son compte », précise le directeur général de la SADC de Charlevoix, M. Pascal Harvey.

CRÉER UNE ENTREPRISE N’A RIEN D’UN COUP DE HASARD

Il est vrai que M. Miche a l’étoffe d’un entrepreneur. De sa formation en œnologie, il a retenu que les projets, comme les vins, se bonifient quand on ne laisse rien au hasard et qu’on est aux petits soins avec eux. Avant de prendre les rênes du Domaine, il a donc planifié et préparé méticuleusement tous les aspects de sa nouvelle entreprise, allant même jusqu’à faire appel à des spécialistes pour dessiner le logo de son produit et lui trouver un nom qui soient à la hauteur de ses ambitions. De Pascal Miche, on peut aussi dire qu’il travaille constamment à se constituer un réseau de contacts professionnels. Parce qu’il a toujours privilégié le réseautage, il s’est fait connaître dans Charlevoix, un atout qui n’a pas de prix pour réussir la mise en marché de sa boisson à la tomate.

UN ŒNOLOGUE DANS LE POTAGER

Arrivé au Québec il y a moins de dix ans, Pascal Miche a choisi Baie-Saint-Paul pour s’établir. Il en vint rapidement à vouloir commercialiser un vin, dont la recette familiale se transmet de père en fils depuis quatre générations et qui, bien entendu, est un secret bien gardé. En choisissant le nom *Omerto*, contraction du prénom Omer et de tomate, M. Miche a voulu rendre hommage à son arrière-grand-père, qui a mis au point la formule en 1938. Le vin, qu’on pourrait comparer à un porto blanc, contient de la tomate, de la levure biologique et du sucre, mais il n’y a pas d’ajout d’alcool. La fermentation d’une durée de six mois permet d’obtenir une boisson affichant un taux de 18 % de volume d’alcool, qui se conservera pendant vingt ans, si vous résistez aussi longtemps à la tentation de la savourer en apéritif, en digestif ou comme vin d’accompagnement. Du soleil, si bénéfique à la tomate, la boisson emprunte la belle robe or pâle et s’offre en sec ou en moelleux. *Omerto* sec accompagne parfaitement le saumon fumé, les fromages de chèvre chauds et, au dessert, le chocolat noir, tandis que la version moelleuse convient plutôt aux foies gras de canard ou d’oie ainsi qu’aux fruits de mer tels que le pétoncle et le homard grillé. Une grande polyvalence en format de 500 ml !

1. Information tirée de la rubrique « Tomate » dans l’encyclopédie Wikipédia (<http://fr.wikipedia.org/wiki/Tomate>).

Dans des locaux nouvellement aménagés, satisfaisant sur toute la ligne aux exigences les plus rigoureuses du ministère de l’Agriculture, des Pêcheries et de l’Alimentation du Québec (MAPAQ), Pascal Miche est maintenant fin prêt à procéder aux diverses étapes de fabrication de la boisson, de la cueillette des tomates jusqu’à la commercialisation de l’apéritif, en passant par la décongélation, le broyage des tomates avec les autres ingrédients et la fermentation. Le nouveau producteur serait ravi de vendre 6 000 bouteilles dès la première année de production. Pour l’instant, les amateurs de vin pourront se procurer *Omerto* au Domaine de la Vallée du Bras, à Québec et à Montréal. Dans quelques années, peut-être, avec l’augmentation de la capacité de vinification, M. Miche pourra envisager de commercialiser sa boisson dans le réseau de la Société des alcools du Québec (SAQ).

LA SADC PRÔNE UN ACCOMPAGNEMENT TOUS AZIMUTS

Entre autres ingrédients de la création d’une entreprise, le financement joue un rôle de premier plan. Pascal Miche a heureusement bénéficié du soutien de la SADC de Charlevoix, qui est d’ailleurs le seul bailleur de fonds dans cette initiative. « Le Domaine de la Vallée du Bras a l’honneur et le plaisir de remercier l’équipe de la SADC pour sa grande compétence et le courage qu’elle a démontrés dans la réalisation de notre projet innovateur, précise-t-il. J’invite les futurs investisseurs à prendre contact avec la SADC, car, sans son appui constant, nous ne ferions pas des affaires aujourd’hui. Un grand merci de la part d’un passionné. »

La SADC a offert une assistance qui prend non seulement en compte l’appui financier, mais également l’environnement de l’entrepreneur et futur chef d’entreprise. Divers conseils, avis et correctifs ont ainsi été proposés à M. Miche pour lui permettre de vérifier la faisabilité et la rentabilité de son projet en cours d’élaboration. C’est ainsi, à titre d’exemple, qu’il a suivi les recommandations de l’équipe de la SADC et a réévalué à la baisse ses coûts de production. Cette décision cruciale s’est reflétée sur la faisabilité du projet et a incité davantage, si besoin était, la SADC à investir dans un projet aux perspectives des plus réjouissantes. Le personnel a également aidé Pascal Miche à maîtriser les rudiments de l’analyse financière, à peaufiner son plan d’affaires et à en colmater les brèches. Tout cela a été rendu possible grâce à une connaissance approfondie du projet, acquise par la SADC en cheminant aux côtés de l’entrepreneur.

UNE VALEUR SÛRE POUR CHARLEVOIX

La fabrication d’un apéritif alcoolisé à partir de tomates s’inscrit dans la lignée des projets mis en œuvre au cours des dernières années dans le but de revigorer l’industrie agroalimentaire de Charlevoix. Elle se traduira par l’embauche de différentes personnes, dont le nombre devrait aller en croissant au fur et à mesure que les ventes d’apéritifs à la tomate stimuleront la production. Elle permettra d’enrichir l’offre de produits fins de fabrication artisanale et contribuera à étendre la renommée, déjà fort enviable, de Charlevoix à la grandeur du Québec et à l’extérieur de ses frontières à titre de paradis de la gastronomie et de l’art culinaire.



UNE APPROCHE ENTREPRENEURIALE GAGNANTE

Le secteur de la métallurgie semble bien se porter à l'heure actuelle dans la MRC de Portneuf. C'est de façon bien évidente le cas de Machitech Automation, une entreprise établie à Saint-Marc-des-Carières qui souffle, en 2012, ses dix bougies.

Dirigée par M. Christian Giguère, Machitech Automation conçoit, fabrique et distribue des équipements industriels destinés au secteur de la métallurgie. L'entreprise, experte en automatisation, propose aussi l'installation des équipements et la formation complète des employés.

L'entreprise a connu des débuts modestes, qui ne laissaient pas présager le niveau de développement qu'elle a atteint aujourd'hui. Elle voit le jour, en effet, en 2002, dans le garage de M. Jocelyn Arcand. À l'origine, le fondateur entend se consacrer à la fabrication de tables de découpe automatisées de petite dimension, aux fins de formation dans les établissements d'enseignement. Deux ans plus tard, M. Giguère est embauché et se voit confier l'administration de la compagnie et la commercialisation des produits. Il est titulaire d'un diplôme en économie de l'Université Laval et compte déjà quelques années d'expérience en gestion d'entreprise.

La rencontre avec M. Arcand va se révéler déterminante pour M. Giguère, car elle va lui permettre de réaliser son désir de s'établir à son compte. Et l'attente ne sera pas longue. En 2006, M. Giguère, de concert avec son associé, M. Louis-Philippe Tanguay, achète l'entreprise de M. Arcand. Celui-ci, en effet, veut continuer à travailler au sein de Machitech, mais sans toutefois en être actionnaire.

LE PARI DE L'INNOVATION

Aujourd'hui, l'entreprise est un chef de file à l'échelle nord-américaine pour ce qui est de la conception et de la fabrication de tables de découpe numériques au plasma haute définition. De plus, en 2010, la compagnie Machitech est devenue la première entreprise au Canada à fabriquer une table de découpe utilisant un faisceau laser transporté par fibre optique. Cet équipement possède non seulement la capacité de couper des plaques de métal d'une épaisseur pouvant atteindre 1,8 centimètre, mais il le fait quatre fois plus rapidement qu'une machine au plasma et, comme si ce n'était pas suffisant pour séduire les acheteurs, il est beaucoup moins énergivore.

Grâce à des avancées technologiques telles que celle-ci, Machitech Automation a gardé son carnet de commandes bien garni et a maintenu une longueur d'avance sur ses concurrents. Si l'entreprise va d'innovation en innovation et avance à pas de géant, c'est que M. Giguère est un meneur vigilant au sein de son entreprise et qu'il n'hésite pas à faire appel à des collaborateurs. « S'entourer des bonnes personnes pour aller chercher les forces qui nous manquent, c'est essentiel pour la survie et la croissance de toute entreprise. Ne pas avoir peur de s'entourer de gens plus forts que soi, c'est le début de la sagesse pour un entrepreneur et la clé de son succès », confie-t-il.

À LA RECHERCHE DE LA CROISSANCE

Machitech dessert principalement le Québec, mais la compagnie est également bien positionnée dans le reste du Canada. Elle lorgne même les marchés des États-Unis, du Mexique et de l'Europe. Curieusement, la forte réputation que l'entreprise a acquise pour l'excellence de son service à la clientèle risque de freiner quelque peu son expansion à l'extérieur des frontières du Québec, la direction de Machitech tenant mordicus à offrir partout le même niveau de service personnalisé.

Lorsque M. Giguère s'est joint à Machitech, il avait une expérience de la gestion, mais aujourd'hui, il est devenu un gestionnaire chevronné. À preuve, il a tout mis en œuvre pour faire passer Machitech d'une entreprise qui n'avait aucun employé à la compagnie fortement innovante d'aujourd'hui qui procure du travail à 35 personnes et qui offre des postes spécialisés de qualité.

PARTAGER LE GOÛT D'ENTREPRENDRE

La volonté de réussir en tant qu'entrepreneur a joué un rôle important dans la vie du président de Machitech Automation. C'est pourquoi, en mettant à profit ses grandes capacités de communicateur, il saisit toutes les chances de valoriser la démarche entrepreneuriale, comme il l'a fait, en avril 2011, en acceptant la présidence d'honneur du gala qui mettait un terme, au niveau local, au 13^e Concours québécois en entrepreneuriat. Ce gala a été organisé par Événements ESSM, une entreprise formée d'élèves de l'école secondaire de Saint-Marc et qui a bénéficié, pour l'occasion, de l'appui de divers intervenants socioéconomiques, dont M. Étienne Bourré-Denis, conseiller aux entreprises à la SADC de Portneuf.

DE BONIS INVESTISSEMENTS

La SADC de Portneuf a été une partenaire fidèle de Machitech Automation. « Nous retirons une grande fierté de notre intervention auprès de Machitech, qui représente une entreprise phare du secteur de la métallurgie de notre région. Par ses activités et son souci de l'innovation, Machitech participe de façon importante à l'essor de ce créneau », affirme le directeur général de la SADC de Portneuf, M. Guy Beaulieu.

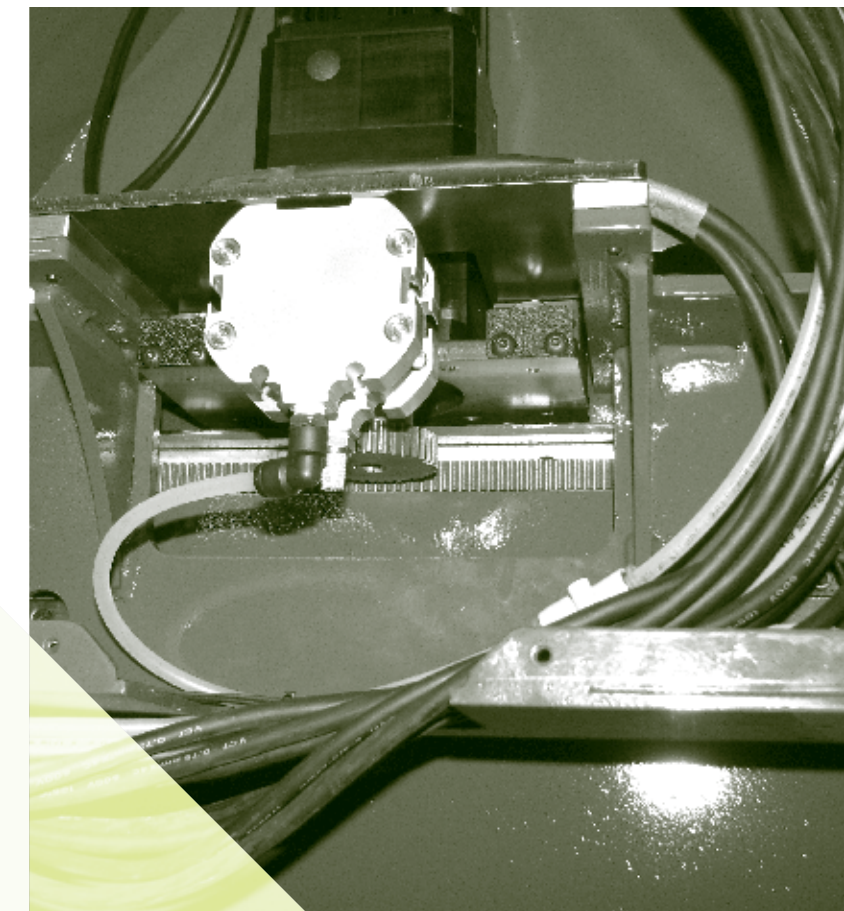
Tout a commencé en 2002, quand la SADC a accordé, en vertu de la Stratégie jeunesse, une aide financière à M. Arcand pour le démarrage de son entreprise. Puis, au moment où celui-ci la met en vente, la SADC est de nouveau présente – cette fois aux côtés de la Banque de développement du Canada (BDC) et du Fonds de développement économique Laprade-Portneuf (FONDELP) – dans le montage financier qui assure le rachat des actions de M. Arcand par M. Giguère. Comme le fait remarquer le président

de Machitech : « À ce moment-là, la SADC de Portneuf a été un facteur catalyseur, car les institutions financières traditionnelles sont frileuses quand il s'agit de rachat d'actions. La SADC a été prompte à confirmer son intention, et grâce à cette rapidité et à cette marque de confiance, les institutions prêteuses n'ont pas tardé à monter à bord. »

ESSAIMER

Machitech a fait des petits. À l'origine, en effet, l'entreprise était formée de deux divisions. L'une s'occupait de fabrication, et l'autre, d'usinage. En 2008, cette dernière division a acquis son autonomie et est devenue Précision SM. Cette nouvelle entreprise, qui a également pignon sur rue à Saint-Marc-des-Carières, se spécialise dans l'usinage en sous-traitance de pièces simples ou complexes; elle est le principal fournisseur de Machitech.

Par ailleurs, la compagnie Machitech s'est associée avec une autre entreprise de Saint-Marc-des-Carières, Équipements Metfab, pour la distribution de ses équipements. Metfab se spécialise dans la conception et la vente d'équipements de fabrication de produits en métal sur mesure. Le partenariat avec Machitech Automation offrira la possibilité à la clientèle d'investir dans des équipements performants élaborés par une entreprise bien enracinée dans le sol portneuvien.



LE TROU DU DIABLE : PARADIS DES AMATEURS DE BIÈRE

Au début des années 2000, deux amis d'enfance, Isaac Tremblay et André Trudel, partagent la même passion pour l'art brassicole. « Nous avons l'idée de tenter l'aventure de mettre sur pied une entreprise et, en même temps, de doter la ville de Shawinigan d'une brasserie artisanale qui ferait parler d'elle par la qualité de ses produits et qui serait un lieu convivial par excellence », précise le premier. C'est décidé, ce lieu se nommera le Trou du Diable, en référence à la profonde cuvette rocheuse qui se trouve au pied des chutes de Shawinigan et qui, dit la légende, mène tout droit en enfer.

LA SOIF D'ENTREPRENDRE

En décembre 2005, la microbrasserie ouvre ses portes. Entre-temps, Franck Chaumanet, Luc Bellerive et Dany Payette se sont joints à leurs associés de la première heure. Au Trou du Diable, les consommateurs sont non seulement invités à se familiariser avec les opérations de brassage et à savourer des bières au goût unique, mais ils peuvent également déguster divers plats mettant en vedette les produits locaux. De plus, des spectacles et des soirées de jeux s'y tiennent, le tout contribuant à faire du Trou du Diable un établissement dont l'atmosphère agréable, attire chaque semaine de nouveaux clients. Mission et souhait accomplis pour les jeunes entrepreneurs.

En outre, les promoteurs ont à cœur de maintenir un haut niveau d'implication dans la communauté. Ainsi, leur établissement accueille régulièrement pendant l'année des expositions consacrées aux œuvres d'artistes locaux. En outre, la brasserie s'associe fréquemment aux activités de la Chambre de commerce et elle agit à titre de commanditaire d'événements à Shawinigan, un geste très apprécié de tous, car elle offre et la bière et les produits qui font le régal des habitués du Trou du Diable.

UNE APPROCHE MULTIDISCIPLINAIRE

Les cinq associés possèdent des expériences et des compétences complémentaires, qui sont mises à profit pour assurer le succès de la microbrasserie. Si Isaac Tremblay s'occupe de tous les aspects opérationnels et des relations publiques, Franck Chaumanet, lui, est responsable de la cuisine et de l'élaboration des menus. André Trudel supervise les opérations de brassage, y compris l'élaboration des recettes de bière. Finalement, Luc Bellerive voit aux ressources humaines et Dany Payette, qui est brasseur, est le bras droit d'André.

La voie empruntée pour arriver à bon port n'a pas toujours été facile; elle était plutôt de celles qui permettent à des promoteurs de mesurer leur détermination et de développer leurs habiletés. En 2004, par exemple, le désistement de certains partenaires pressentis a compromis l'ouverture du Trou du Diable. S'il y a une certitude qu'ils ont acquise alors, c'est qu'il faut être fort pour brasser... des affaires.

LA SADC CENTRE-DE-LA-MAURICIE ÉLARGIT SON OFFRE

Dès ses premiers pas, cependant, le groupe des cinq avait cru bon de s'adresser à la SADC Centre-de-la-Mauricie, une décision dont il se félicite encore aujourd'hui, puisque l'équipe de la SADC a rapidement été convaincue du potentiel de cette initiative, notamment pour contribuer à donner un nouvel élan au centre-ville de Shawinigan, et elle lui a accordé du financement à l'étape du démarrage.

L'idée de la SADC était de soutenir, bien au-delà du démarrage, la croissance de la brasserie artisanale, afin de lui permettre de devenir un véritable pôle de la vie économique à Shawinigan. C'est pour cette raison que du financement a été consenti, en 2007 et en 2009, pour appuyer les projets d'expansion de l'établissement de plus en plus populaire de la rue Willow. « Notre SADC ne se borne pas au financement; elle est également en relation constante avec les promoteurs, non seulement pour faire le suivi de leurs projets, mais pour voir avec eux le type d'aide, qu'il s'agisse de conseils ou de renseignements stratégiques, qui peut leur être prodiguée pour les aider à atteindre de nouveaux stades de croissance », note le directeur général de la SADC Centre-de-la-Mauricie, M. Simon Charlebois.

RIEN NE DÉSAITÈRE COMME LE SUCCÈS !

La renommée de la brasserie artisanale progresse de façon exponentielle, une reconnaissance pour ceux qui ont choisi la voie entrepreneuriale. Pour la seule année 2010, le Trou du Diable a gagné trois médailles, dont deux d'or, lors du 17^e Mondial de la bière au Québec. La *Buteuse brassin spécial* s'est vu remettre le premier prix dans sa catégorie, et la *Grivoise de Noël*, une autre bière exceptionnelle, a attiré l'attention des juges au World Beer Cup, le plus prestigieux concours au monde dans le domaine de la bière, qui l'ont décorée d'une médaille d'argent.

Les associés mettent constamment l'accent sur l'innovation, la maîtrise de la qualité et l'élaboration de nouveaux produits. Preuve, s'il en faut, de leur succès, ils doivent limiter les quantités de produits que les consommateurs peuvent acheter, à défaut de ne pouvoir répondre à la demande, et ce, même s'ils disposent d'un solide réseau de distribution.

Comme un métier ancien tel que celui de brasseur ne signifie nullement des méthodes de commercialisation désuètes, l'établissement est présent sur la Toile, et son site Web, mis à jour de façon constante, fournit tous les renseignements nécessaires sur les bières ou les activités proposées à la brasserie. C'est sans doute pour cela qu'il n'est pas rare à Shawinigan de voir des visiteurs préférer la brasserie au véritable Trou du Diable !



LA DÉTERMINATION, MEILLEURE ALLIÉE DE L'ENTREPRENEUR

Chaque jour, la sécurité de dizaines de milliers d'automobilistes de la grande région de Montréal dépend en partie de produits fabriqués par une entreprise établie à La Tuque, en Mauricie.

Pourtant, les gens qui empruntent le pont Champlain ne savent pas encore, pour la plupart, que Pro-Mec Élite inc., entreprise spécialisée dans la fabrication et le soudage, entre autres, de métaux ouvrés et de structures d'acier, a fourni des glissières de sécurité pour cette importante infrastructure.

PREMIÈRE DE CLASSE

Une situation bien différente de celle qu'on observe dans le Haut-Saint-Maurice, où la compagnie est bien connue, surtout après avoir été couronnée Entreprise de l'année, lors du Gala Desjardins Action 2011, présenté à La Tuque en mai 2011 par la Chambre de commerce et d'industrie du Haut-Saint-Maurice. Elle a, de plus, été primée dans la catégorie Développement de marché et/ou sous-traitance industrielle. L'entreprise n'a pas seulement fait coup double; ces distinctions ont également permis de reconnaître les efforts et le travail accomplis par l'équipe de Pro-Mec Élite pour parvenir à l'excellence.

L'AUTRE VISAGE D'UN CONFLIT DE TRAVAIL

L'entreprise est jeune, n'ayant pas encore vingt ans. En 1993, son fondateur et actuel président, M. Denys Duchesne, travaillait dans une entreprise, au Saguenay-Lac-Saint-Jean, où s'est déclaré un conflit de travail. Il prit alors la décision de retourner dans la région de La Tuque. Tant qu'à quitter son emploi, aussi bien devenir son propre patron. C'est ce qu'il fit, non sans avoir donné ses outils en garantie pour disposer d'assez d'argent afin de se mettre à son compte. Et c'est ainsi que débuta l'aventure Pro-Mec Élite.

PORTRAIT D'UN ENTREPRENEUR EN ACTION

M. Duchesne a l'étoffe d'un entrepreneur, et plus spécialement de celui qui veut aller loin grâce à une vision claire où le dépassement de soi et le travail assidu se taillent la part du lion. Le fondateur de Pro-Mec Élite n'est pas un solitaire; il sait s'entourer de collaborateurs qui possèdent les compétences dont son entreprise a besoin. Il a réuni autour de lui une équipe qui, bien que très jeune – la moyenne d'âge dans l'usine se situe autour de 28 ans –, se démarque non seulement par son dynamisme et son expertise, mais plus encore par son souci permanent d'améliorer les produits signés Pro-Mec Élite, au bénéfice des clients.

M. Duchesne est avant-gardiste dans ses façons de faire et il sait saisir la bonne occasion quand elle se présente. L'audace est un trait de caractère de sa personnalité. Il reconnaît aisément qu'il est un homme déterminé, qui a de surcroît de la suite dans les idées. « Ce qui fait la force de notre entreprise, c'est la détermination des dirigeants et des travailleurs qui font preuve d'acharnement et de dévouement. C'est ce qui nous donne le goût du dépassement », confie l'entrepreneur.

1. Une glissière de sécurité est une barrière métallique ou de béton disposée le long d'une autoroute ou utilisée comme protection sur les ponts ainsi que les échangeurs et leurs accès.

De la détermination, il en a justement fallu à M. Duchesne pour effectuer, comme il l'a fait, des percées sur les marchés à l'extérieur de la Mauricie. Aujourd'hui, en effet, la très grande majorité des contrats accordés à Pro-Mec Élite l'est pour des projets mis en œuvre ailleurs au Québec. Et même hors Québec, puisque l'entreprise a décroché des contrats au Labrador et au Manitoba.

LE MEILLEUR SERVICE À SE RENDRE

L'un des avantages dont s'est dotée l'entreprise consiste à disposer de ses propres moyens de livraison. L'acquisition d'un véhicule s'imposait pour répondre aux demandes des clients et leur assurer le meilleur service possible, sans avoir à dépendre des entreprises de transport routier. « Il est très important de développer et de maintenir un bon réseau de contacts. Il faut aussi savoir livrer la marchandise, c'est un aspect primordial de la réussite », explique M. Duchesne, pour qui la satisfaction de la clientèle représente également un volet essentiel de la réussite et de la croissance d'une entreprise.

APPRIVOISER LA TECHNOLOGIE DE DERNIER CRI

M. Duchesne pourrait également ajouter que le succès arrive rarement seul et qu'il se fait accompagner, la plupart du temps, par le duo soutien et accompagnement. Et comme Pro-Mec Élite maintient des liens étroits avec la SADC du Haut-Saint-Maurice, l'entreprise a été en mesure de bénéficier non seulement de financement, mais également de divers services offerts par l'organisme de développement socioéconomique. « L'équipe de Pro-Mec Élite et son président ont à cœur le développement local, en maintenant les efforts de diversification de l'entreprise. Par son avant-gardisme et ses efforts de développement de marché, cette

entreprise fait figure de chef de file dans le milieu latuquois », affirme le directeur général de la SADC du Haut-Saint-Maurice, M. Philippe Desharnais.

La SADC a été particulièrement présente aux côtés de l'entrepreneur de 2009 à 2011, époque où Pro-Mec Élite a fait un investissement majeur dans de l'équipement de haute technologie. Une chaîne de production entièrement automatisée à commande numérique a, en effet, été acquise auprès du fabricant italien FICEP. La SADC du Haut-Saint-Maurice est alors intervenue pour renflouer le fonds de roulement de l'entreprise. Celle-ci a donc pu traverser la période de rodage l'esprit en paix et donner à ses employés le temps nécessaire pour s'habituer à cet équipement complexe aux dimensions impressionnantes, grâce auquel Pro-Mec Élite peut maintenant offrir des produits de plus grande précision et réaliser des mandats plus complexes, tels que la restauration de ponts ou de viaducs.

À PROPOS DE PRO-MEC ÉLITE

Fondée en 1993, l'entreprise s'est établie, en 1997, dans des locaux d'une superficie totale de plus de 17 000 pieds carrés. En 2008, elle a obtenu son accréditation ISO 9001, garantissant ainsi un service professionnel et de qualité à tous ses clients. Plus récemment, en 2011, elle a obtenu l'accréditation W-47.1, division 1, gérée par le Bureau canadien de soudage; grâce à cette certification, l'entreprise peut désormais offrir ses services dans des projets de grande envergure. Elle est d'ailleurs l'une des rares à posséder cette certification en Mauricie.

L'entreprise de La Tuque emploie 25 personnes occupant des postes spécialisés – ingénieur, soudeur, dessinateur. Par ses activités marquées au sceau de la haute technologie, Pro-Mec Élite concourt à la diversification de la base économique d'une collectivité à laquelle la crise forestière a porté un dur coup.



À TROIS-RIVIÈRES : TMA POUR TECHNOLOGIE DU MAGNÉSIUM ET DE L'ALUMINIUM

En 2009, une équipe de scientifiques de la région de Trois-Rivières a effectué une recherche sur l'amélioration, par des traitements thermiques, des propriétés mécaniques de l'AE44, un alliage léger de magnésium, d'aluminium et de terres rares convoité par l'industrie automobile.

L'article faisant état des résultats de ces avancées a suscité au plus haut point l'intérêt de l'American Foundry Society. À telle enseigne que l'association a remis, en 2010, à M. Bernard Duchesne, professeur au Cégep de Trois-Rivières, le Best Paper Award, prix attribué au meilleur article scientifique de 2009 dans le domaine de la métallurgie (division magnésium)¹. L'un des membres de cette équipe était le président-directeur général (PDG) et principal actionnaire de l'entreprise TMA (Technologie du magnésium et de l'aluminium) inc., fondée en novembre 2004 et établie à Trois-Rivières, en Mauricie.

DEUX MÉTAUX BLANCS AU BANC D'ESSAI

TMA est une fonderie de métaux légers. « En fait, c'est une fonderie pas comme les autres. Elle fait d'ailleurs partie d'un nombre restreint de fonderies de son genre en Amérique du Nord. Ce qui nous distingue, en gros, c'est que nous nous concentrons sur les métaux légers et que nous sommes capables de fabriquer des pièces en alliages de magnésium et d'aluminium », précise M. Baril. L'entreprise produit aussi des composantes d'outils à main, des boîtiers électroniques et diverses pièces pour différents secteurs d'activité.

La fusion et la fabrication de pièces en magnésium et en aluminium exigent des connaissances des plus pointues. Chez TMA, on dispose non seulement de ces connaissances, mais également des ressources nécessaires pour fabriquer des pièces de très haute qualité, et ce, très rapidement. « Notre entreprise effectue toutes les étapes de la production des pièces. Après avoir réalisé la fusion des alliages en fonderie, nous procédons au moulage et à l'usinage par commande numérique (CNC). Nous passons ensuite aux opérations de finition, au traitement thermique et au contrôle dimensionnel (CMM) », ajoute le PDG de l'entreprise trifluvienne. La fonderie se démarque encore par sa capacité de réaliser aussi bien le prototypage de pièces que leur production en série.

CURE D'AMAIGRISSEMENT

Les clients de TMA viennent d'horizons divers. L'industrie automobile, par exemple, s'intéresse de très près au magnésium. Celui-ci, en effet, est le plus léger de tous les métaux industriels. À titre d'exemple, il est 33 % plus léger que l'aluminium et 75 % plus léger que l'acier utilisé dans les voitures ordinaires². Aux constructeurs automobiles, et particulièrement à ceux qui se spécialisent dans les bolides de course, le magnésium offre la possibilité de réduire le poids de leurs véhicules. Mais les secteurs de l'aéronautique et des transports lorgnent également le magnésium; outre sa légèreté, sa résistance aux chocs lui confère, en effet, des avantages de premier ordre quand il s'agit d'alléger une structure tout en lui conservant sa solidité.

REBONDIR

Avant d'exercer ses fonctions actuelles, M. Jocelyn Baril, qui est titulaire d'un baccalauréat en métallurgie, a occupé un poste d'ingénieur au sein de la compagnie Intermag-Modelex. Et c'est lorsque cette dernière a mis fin à ses activités que l'entrepreneur a pris la décision de fonder TMA, en mettant à profit ses années d'expérience dans le domaine de la fabrication et du traitement des métaux.

L'entrepreneur est un dirigeant visionnaire, mais aussi un homme d'affaires très déterminé qui aime que les choses soient claires. « M. Baril nous a toujours donné l'heure juste sur sa situation et ses projets. C'est un chef d'entreprise très solide, doué, de surcroît, d'un esprit brillant. Il est exigeant, mais, en contrepartie, il est très transparent. Lorsque quelque chose cloche, il ne tarde pas à nous le faire savoir. C'est un véritable plaisir de faire des affaires avec lui », remarque le directeur général du CAE LaPrade Trois-Rivières, M. Claude Lavergne.

M. Lavergne du CAE aurait aussi pu ajouter que M. Baril est un homme posé, ayant les pieds sur terre; quand il fait des prévisions pour son entreprise, il ne pêche jamais par excès d'optimisme. Cartésien de nature, il préfère nettement dépasser les objectifs qu'il s'était fixés plutôt que de constater qu'ils ne seront pas atteints.

LE CAE LAPRADE TROIS-RIVIÈRES : RIGOUREUX ET AVISÉ

« Le CAE LaPrade Trois-Rivières a toujours été là pour nous. Les conseillers sont prompts à agir, consciencieux et, par-dessus tout, efficaces. Avec eux, il est possible de parler franchement », confie M. Baril, qui ajoute aussitôt : « Ils sont de bon conseil et professionnels. Voilà les partenaires d'affaires qu'on souhaite avoir. »

Dans le cadre de son rôle de partenaire, le CAE a fourni, entre autres, des services-conseils à TMA. Des fonds ont également été consentis pour la réalisation de projets et le financement de crédits d'impôt.

OPTIMISTE MALGRÉ LA CRISE

Bien que le ralentissement économique des dernières années ait porté un dur coup aux dépenses en innovation faites par les entreprises, dont celles du secteur du transport, TMA a toujours continué à travailler de concert avec ses partenaires, en attendant le retour d'une conjoncture plus favorable aux investissements en recherche-développement. L'entreprise trifluvienne n'a jamais cessé non plus d'acquérir de nouveaux équipements et des technologies d'avant-garde, de façon à être fin prête au moment de la reprise.

TMA compte présentement onze postes spécialisés dans un domaine de pointe. Les succès de l'entreprise pourraient bien se traduire, dans un avenir rapproché, par la création de quatre autres emplois. Chose certaine, grâce aux bonnes décisions d'affaires prises par M. Baril et ses collaborateurs, TMA a pu maintenir, dans la région de Trois-Rivières, une expertise rare, vitale pour le développement d'autres entreprises dans un secteur prometteur.

2. Données tirées du site Web *Techno-Science.net* (<http://www.techno-science.net>).



1. Information tirée du site Web du Centre de métallurgie du Québec (<http://cmqtr.qc.ca/fr>).

DES FLEURS EN VILLE

Dites-le avec des fleurs, pour reprendre un slogan publicitaire bien connu, surtout si elles ont été achetées chez Nathalie Fleuriste.

TOUT UN BOUQUET

Ce commerce est situé au cœur de la collectivité de Louiseville, en Mauricie. Tous ceux et celles qui sont à la recherche d’un cadeau pour une occasion spéciale ou qui désirent enjoliver leur chez-soi peuvent y trouver un vaste choix de fleurs, coupées ou en pot, de plantes vertes et d’arrangements floraux. Et à ceux qui ne sont pas doués pour l’horticulture, la propriétaire, Nathalie Clément, propose une gamme de fleurs en soie. En outre, au 211 de l’avenue Saint-Laurent, les gourmets trouveront des chocolats fins, et les enfants pourront choisir entre les ballons vendus à l’unité ou les bouquets de ballons gonflés à l’hélium. Les produits québécois Bleu Lavande y sont également en vente. Enfin, la fleuriste offre un service de décoration de salle.

DES PROJETS PLEIN LA TÊTE

À dire vrai, le commerce n’a pas toujours eu l’apparence qu’on lui connaît aujourd’hui. Créé en 1999 par M^{me} Nathalie Clément, il occupe alors un tout petit local dans l’édifice où il se trouve d’ailleurs encore aujourd’hui. Rien ne bouge jusqu’en 2007, année où l’immeuble abritant le commerce de la fleuriste est mis en vente. Comme on le pense bien, M^{me} Clément n’hésite pas alors à en faire l’acquisition et, pendant l’année qui suit la transaction, elle se limite à exploiter son commerce sans entreprendre de rénovations ni de modifications. Mais cela ne va pas tarder à changer... En 2008, en effet, la locataire qui occupait l’autre local de l’immeuble remet ses clés à M^{me} Clément. La fleuriste y voit un signe du destin et décide de doubler la superficie de son commerce. Du même souffle, elle se lance dans une opération « amélioration » de l’espace qu’elle a récupéré, avec l’objectif d’enrichir son fonds de commerce de produits et de services complémentaires.

« Quand on rénove un bâtiment ancien comme celui que nous occupons, il faut s’attendre à quelques surprises et ne pas se laisser démonter, même si les travaux durent passablement plus longtemps que ce qui était prévu et retardent la bonne marche du projet », confie M^{me} Clément. Qu’à cela ne tienne ! N’écoutant que son courage, l’entrepreneure a gardé sa porte grande ouverte durant toute cette période de changement. En 2010, enfin, la population de Louiseville découvre avec un immense plaisir la nouvelle boutique de Nathalie Clément. Avec le temps, il est à espérer que le *look* de la boutique aura un effet d’émulation sur les autres commerces du centre-ville...

SON SECRET : L’EXPÉRIENCE

Pour réussir en tant que fleuriste, il est préférable de posséder des cartes maîtresses dans son jeu, soit la connaissance de l’industrie et l’expérience d’un commerce de fleurs. Toutes deux sont d’importance égale. Nathalie Clément les réunit et elle est épaulée, de surcroît, par son conjoint, pour qui le métier de fleuriste n’a plus de secrets et avec qui elle forme une bonne équipe. Les deux entrepreneurs jouissent d’une excellente renommée à l’échelle régionale, ce qui représente un autre élément de poids pour créer une image de marque durable.

Le dynamisme, pour Nathalie Clément, c’est important. Pas seulement dans sa personnalité, mais également dans la collectivité entière. C’est sans doute ce qui l’a poussée à s’impliquer dans le Comité de revitalisation commerciale de Louiseville, et ce, dès sa création. Par ailleurs, la femme d’affaires a véritablement l’étoffe de l’entrepreneur; elle valorise beaucoup les occasions de bonifier son offre de services, comme en atteste le projet de modernisation de son commerce qu’elle a mis en œuvre à la fin de la dernière décennie. Dans cet esprit, elle a également accepté avec enthousiasme de participer à l’initiative Client mystère¹, lancée par la SADC de la MRC de Maskinongé pour les établissements commerciaux de Louiseville.

GRANDIR AVEC CEUX QUE NOUS AIDONS À GRANDIR

« La SADC de la MRC de Maskinongé m’a apporté un soutien technique et financier des plus précieux pour pouvoir développer au maximum mes compétences de gestionnaire. Avec les conseillers de la SADC, j’ai pu prendre de l’expansion au niveau souhaité pour répondre aux besoins de ma clientèle. Je remercie la SADC, son équipe et, en particulier, la directrice des services financiers, Johanne Lamy, pour l’encouragement qu’ils m’ont donné tout au long de mon cheminement », souligne l’entrepreneure.

La SADC lui a alloué des fonds, que ce soit pour le démarrage de ses activités ou l’achat de son bâtiment. Elle l’a également aidée à maîtriser les techniques comptables. Bref, nul doute que cette précieuse aide a grandement contribué à la croissance de son entreprise dans la belle région de Louiseville.

1. Le client mystère est chargé de se rendre dans un commerce et d’en évaluer le service à la clientèle. Il remplit, par la suite, un rapport; celui-ci, qui est remis au commerçant, fait notamment état des zones d’amélioration à considérer.

UNE RENAISSANCE SOUS LE SIGNE DE LA COOPÉRATION

Le 16 novembre 2010, la présidente et fondatrice de la Coop de couture de Batiscan, M^{me} Céline Bouchard, a été honorée lors du 2^e Rendez-vous de la coopération et de la mutualité à Trois-Rivières. Une plaque symbolique lui a alors été remise pour souligner le fait que, plus tôt au cours de l’année, elle avait été nommée « Le Coopérateur du moment », sur l’initiative de la Coopérative de développement régional Centre-du-Québec-Mauricie.

Ce témoignage d’appréciation lui a d’ailleurs valu les félicitations de la Municipalité de Batiscan, qui a fait ressortir son esprit coopératif et son dévouement à la tâche. « J’ai été très heureuse de recevoir cette distinction, qui vient reconnaître tous les efforts et toutes les démarches qui ont été effectués pour assurer la survie et le développement de notre entreprise. Cette plaque, je suis fière de la partager avec toutes les travailleuses de la Coop », précise Mme Bouchard.

UNE USINE FERMÉE COMME POINT DE DÉPART

Ce jour-là, l’atmosphère était à la fête. Mais ce n’était pas le cas en 1991, lorsque le fabricant de jeans Le Culottier mettait la clé sur la porte de son usine à Batiscan, où M^{me} Bouchard était directrice de production depuis plusieurs années. Un établissement qui avait marqué diverses étapes de sa vie, puisqu’elle y a regardé sa mère travailler, que c’est dans ces murs qu’elle a acquis le goût de la couture et du travail perlé, et qu’elle y a occupé un emploi d’été pendant ses études.

L’horizon semblait alors bouché pour M^{me} Bouchard et ses compagnes de travail, qui perdaient leur gagne-pain. Mais cette résidente de Batiscan et mère de deux enfants n’est pas du genre à lâcher facilement prise. Renversement de situation : en 1995, l’ancienne usine est achetée par trois hommes d’affaires, dont l’un, bien au fait des grandes connaissances de M^{me} Bouchard et de son expérience approfondie dans les opérations de couture, fait les premiers pas auprès d’elle pour l’intéresser à remettre les machines à coudre en marche. « J’ai accepté de relever ce défi. Je connaissais assez le secteur pour savoir, cependant, que cette aventure serait très exigeante », confie-t-elle. Les activités reprennent et deviennent même rentables moins de trois ans plus tard. Dans le cadre d’une association avec un designer, la Coop lance même sa propre marque de vêtements d’enfants. Elle effectue également, pour le compte d’une entreprise, l’assemblage de vêtements d’enfants.

LE CONCURRENT QUI VENAIT DE L’EXTRÊME-ORIENT

Au début des années 2000, toutefois, alors que la barque vogue sur une mer plutôt calme, la Coop de couture de Batiscan commence à ressentir les effets d’un véritable raz-de-marée : l’émergence d’une concurrence féroce en provenance de la Chine. L’usine perd la majorité de ses clients et doit effectuer un virage en décrochant des contrats de sous-traitance de vêtements moins coûteux. L’important, c’est que la Coop reste en vie et fonctionne avec le même effectif.

LE RETOUR DU MANTEAU AU PAYS

La situation va s’améliorer à la fin de 2006. En effet, un important fabricant québécois de vêtements de plein air haut de gamme, Quartz Nature, désire rapatrier au Québec l’assemblage de ses manteaux d’hiver. Comme il ne veut pas avoir affaire avec des gens qui en sont à leurs premières armes, il choisit la Coop de couture de Batiscan après des essais concluants. Il lui accorde, du coup, un important contrat de fabrication de plusieurs milliers de manteaux, qui va occuper dorénavant les travailleuses pendant la majeure partie de l’année et maintenir au Québec, et plus particulièrement en région, des emplois et un savoir-faire qui se raréfient. De plus, grâce à la Coop, les détaillants pourront de nouveau être approvisionnés en produits *Faits au Canada*, un label de qualité qui a conservé tout son lustre et qui est recherché par les clients.

Quartz Nature ne se voit pas seulement comme un client, mais également comme un partenaire d’affaires. Ainsi, au lieu de faire un paiement à la fin des travaux de couture, l’entreprise a proposé de prendre à sa charge, pendant la production, une partie des frais fixes de la Coop – les salaires des employés, le loyer, etc. – et de lui verser la somme restante lors de la livraison des manteaux.

DE COUTURIÈRE À GESTIONNAIRE : UN VIRAGE RÉUSSI !

Au quotidien, c’est à la présidente de la Coop que revient la tâche de coordonner les activités de l’atelier de couture. Elle voit ainsi à la bonne gestion, au respect des délais et à la maîtrise de la qualité, points sur lesquels, malgré son sourire, M^{me} Bouchard est intraitable. Elle se charge également d’assembler les échantillons en vue des présentations qu’elle est amenée à faire à l’intention de nouveaux clients. Elle démontre de la détermination et de la persévérance en tout, ce qui ne l’empêche pas d’être convaincue que la réussite d’une coopérative est en grande partie attribuable à la cordialité et à la bonne entente entre ses membres.

ASSOCIÉS POUR LE MEILLEUR

Depuis le début de l’aventure, la fondatrice n’a jamais eu l’impression d’être seule à bord. Elle a apprécié – et continue de le faire presque chaque jour – être entourée de partenaires fidèles, dont la Coopérative de développement régional (CDR), la Caisse Desjardins du Sud Des Chenaux, le Centre local de développement (CLD) des Chenaux, le Centre local d’emploi (CLE) de Sainte-Genève-de-Batiscan et, bien sûr, la SADC Vallée-de-la-Batiscan. « La SADC a tenu à accompagner M^{me} Céline Bouchard à toutes les étapes du développement de la Coop, et notamment pendant le processus d’instauration d’une gestion participative. C’est aussi avec grand intérêt que nous la secondons dans ses efforts pour assurer la relève au sein des couturières, notamment en facilitant la transmission des connaissances par le truchement d’un programme de formation en entreprise », fait remarquer le directeur général de la SADC Vallée de la Batiscan, M. Gilles Mercure.

En ce qui touche l’aide financière, la SADC a apporté son soutien à la Coop à cinq reprises au cours des dernières années, que ce soit pour raffermir son fonds de roulement ou faciliter l’achat d’équipement informatisé. Elle a également participé, en 2010, à un projet visant à apporter des améliorations à l’atelier (de façon plus précise, il s’agissait d’aménager une pièce, séparée du reste du bâtiment, pour se conformer au cahier des charges élaboré par le fabricant pour les manteaux d’hiver doublés en duvet). Enfin, de concert avec Femmessor Mauricie, Filaction et le CLD, la SADC a contribué à la modernisation des équipements de production. Les membres de la Coop sont d’ailleurs très fiers de la confiance que leur ont accordée les organismes du milieu. Dans le cas de la SADC Vallée de la Batiscan, les travailleuses sentaient qu’elle pouvait faire le pont entre leurs obligations financières et l’aspect « aventure humaine » qui accompagne la renaissance, puis la croissance de la Coop de couture de Batiscan.

UN TRAVAIL D’ÉQUIPE

L’atelier fabrique également des uniformes d’infirmières, des vêtements de golf, des vêtements de sport pour tailles fortes et des sacs écologiques. Il compte maintenant quelque 30 couturières, pour la plupart membres de la coopérative, alors qu’on n’en dénombrait que 7, en 1995. En fait, la Coop est devenue l’un des plus importants employeurs de la petite collectivité de la Mauricie. Cette performance prend encore plus de relief quand on s’arrête à penser qu’elle est réalisée dans un secteur sur lequel la plupart des économistes ne fondaient pas beaucoup d’espoir. Il est clair que cela n’aurait pas pu se produire sans une très forte adhésion de l’ensemble des employées aux valeurs coopératives, la responsabilité personnelle et mutuelle, l’équité et la solidarité au premier chef. En faisant le pari de garder les emplois à Batiscan, M^{me} Bouchard et ses compagnes de travail ont également réussi à conserver leur qualité de vie et à demeurer dans le milieu qui a toujours été le leur.

ASSURER LA RELÈVE, C’EST LA QUESTION

Le principal défi qui se pose maintenant à ce fleuron de l’économie sociale au Québec est certainement de consolider les contrats qui ont été décrochés dans le secteur des produits haut de gamme et d’assurer la relève qui permettra la poursuite des activités de la Coop. Si vous lui demandez son opinion, la présidente vous répondra que des mesures spéciales doivent être prises de toute urgence afin de revaloriser les secteurs reposant sur le travail manuel et d’inciter les générations montantes à les considérer au moment de choisir une carrière.



DES SEMI-REMORQUES COMME ON EN RÊVE

Fondée en 1987 et axée, à ses débuts, sur la fabrication en sous-traitance de produits métalliques, l’entreprise ABS Remorques s’est développée, au fil des ans, en fabriquant et en perfectionnant ses propres produits, soit des semi-remorques à convoyeur. Très visibles au Québec et facilement reconnaissables à leur esthétique industrielle, les produits suscitent énormément d’admiration et beaucoup de fierté.

ABS rayonne d’un océan à l’autre au Canada et se retrouve également en Ukraine. Dernièrement, l’une de ses remorques a même pris le chemin de l’Iran. Voilà une entreprise qui s’est imposée par son concept et son style, et qui illustre dignement le savoir-faire asbestrien !

C’est de cette façon que se présente ABS Remorques sur YouTube. On peut aussi ajouter que l’entreprise, établie à Asbestos, en Estrie, est toujours à la fine pointe de la technologie et qu’elle innove continuellement pour améliorer ses produits. Bref, c’est le principal fabricant québécois de semi-remorques à convoyeur et un précurseur dans ce créneau.

ABS ENCHAÎNE LES INNOVATIONS AU PAS DE COURSE

L’entreprise emploie près de vingt personnes dans ses usines; ses clients sont situés au Québec, en Ontario, dans les Maritimes et dans l’Ouest canadien. Les équipements signés ABS Remorques sont tout simplement uniques. Alors qu’une benne basculante traditionnelle peut se renverser lorsqu’elle est levée, les semi-remorques à convoyeur offertes par ABS sont habilement conçues pour ne jamais se renverser, ce qui élimine les risques d’accident et prévient les dommages matériels. En 1999, l’entreprise a lancé une semi-remorque à déchargement horizontal parfaitement adaptée au transport en vrac. Du jamais vu.

En 2001, une décision importante fut prise : laisser tomber tous les autres types de semi-remorques et se concentrer sur les semi-remorques à convoyeur (*live bottom*), uniquement avec l’objectif de devenir la référence dans ce domaine. « Une des caractéristiques qui distingue ABS Remorques, c’est que tous les équipements que nous offrons sont construits en conformité avec les normes en vigueur au Québec. Chez nous, vous ne trouverez aucun produit importé et adapté aux exigences canadiennes. Bien au contraire, nous sommes fiers de dire que toutes nos semi-remorques sont mises au point et fabriquées ici même à Asbestos, et c’est avec leur grande qualité que nous avons acquis notre excellente réputation », précise M. François Gouin, président de l’entreprise ABS Remorques.

UN CONCOURS DE CIRCONSTANCES

En effet, l’homme à la source de toutes ces innovations, c’est François Gouin. Originaire d’Asbestos, il est titulaire d’un diplôme d’études professionnelles de machiniste. En 1990, de retour dans sa région natale après un séjour de plusieurs années à Montréal, M. Gouin devient associé de son frère, Benoit, qui a fondé ABS Métal inc., une entreprise qui se spécialise, entre autres, dans les travaux de peinture et de soudage exécutés en sous-traitance. Quelques années passent et François Gouin prend les rênes de l’entreprise de son frère, qu’il rebaptise de son nom actuel pour mieux refléter son activité principale, soit la fabrication des semi-remorques à convoyeur, sur lesquelles il a travaillé pendant quatre ans.

IL FAUT AGIR VITE ? FAUX !

M. Gouin n’est pas homme à faire les choses à la va-vite. Il est posé et analytique de tempérament. « Il y a un proverbe que j’aime beaucoup et c’est celui-ci : *Le temps se venge toujours de ce qu’on fait sans lui*. C’est pourquoi le temps que prend un entrepreneur pour réfléchir est un investissement qui peut lui rapporter gros », estime M. Gouin. Comme il croit également qu’il y a plus de gens pressés que de véritables urgences, il résiste toujours à la tentation de précipiter les choses. Quand il passe à l’action, c’est que non seulement sa décision a été mûrement réfléchie, mais qu’elle est accompagnée d’un plan d’action pour la mettre en œuvre. Bien sûr, le fait d’être toujours préparé jusqu’au bout des ongles a permis à M. Gouin de franchir bien des obstacles au cours de sa vie d’entrepreneur.

VINGT-DEUX ANS, ÇA SE SOULIGNE

La SADC des Sources résume ainsi ses liens avec M. Gouin et ABS Remorques : vingt-deux ans au compteur de la collaboration; l’entreprise, en effet, a l’un des plus anciens dossiers toujours actifs à la SADC. « La SADC est intervenue auprès de l’entreprise pour l’aider à relever les importants défis auxquels elle faisait face. À titre indicatif, nous avons mis l’épaule à la roue quand M. Gouin a désiré implanter un nouveau système financier et comptable, de façon à prendre les décisions importantes pour l’essor de la compagnie en ayant promptement toutes les informations pertinentes », fait remarquer le directeur général de la SADC des Sources, M. Marc Grimard, qui est fier de la collaboration entre la SADC et ABS Remorques.

En 2010, par exemple, en collaboration avec la Banque de développement du Canada (BDC) et le Fonds de développement industriel Richmond-Wolfe, la SADC a aidé ABS Remorques à acquérir un bâtiment, grâce auquel l’entreprise pourra garder un parc de semi-remorques, ce qui lui permettra de répondre rapidement à la demande et, surtout, de ne pas voir des contrats lui échapper.

ENSEMBLE DANS LE PARC INDUSTRIEL D’ASBESTOS

Par ailleurs, la SADC des Sources a été associée à la démarche de maillage qui a amené ABS Remorques à confier en sous-traitance la totalité de ses opérations de peinture à une entreprise qui s’est établie à Asbestos, en 2010, Peintures Véhicules Lourds (PVL) inc. À cet égard, il est intéressant de mentionner que les entreprises PVL et ABS Remorques sont toutes deux installées dans le parc industriel d’Asbestos, dans des bâtiments construits grâce à l’initiative de la Corporation de développement socio-économique d’Asbestos inc. et à sa formule clés en main. La Corporation, en effet, facilite les démarches des entrepreneurs pour la réalisation de leur projet d’implantation, et ce, avec le concours de partenaires associés au développement économique, dont la SADC des Sources et le Fonds de développement industriel Richmond-Wolfe. Le Comité assume les coûts de construction et loue les locaux pour une période de sept ans, avec option d’achat à la fin du bail. L’entreprise ABS Remorques a d’ailleurs été la première à se prévaloir de cette formule novatrice, qui permet à un entrepreneur de disposer de ses fonds pour le développement de son entreprise.

L’apport considérable de la compagnie ABS Remorques à la vitalité de la région d’Asbestos a d’ailleurs été mis en lumière au 17^e Gala Méritor, en 2010, alors qu’elle était finaliste dans la catégorie Rayonnement régional.

VOIR LOIN

François Gouin est également un homme courageux qui n’a pas craint de s’éloigner de sa zone de sécurité pour avancer dans la vie. En quittant son poste d’enseignant en techniques d’usinage, certains, à l’époque, ont dû penser qu’il abandonnait la proie pour l’ombre. M. Gouin y voyait plutôt une occasion en or de passer à autre chose, d’explorer de nouvelles avenues.

Depuis quelque vingt ans, François Gouin a à cœur de maintenir un haut niveau d’implication à l’échelle régionale, et ce, en dépit d’un horaire très chargé. Au cours des années 1990, par exemple, il a siégé au conseil d’administration du Comité d’aide au développement des collectivités (CADC), ancêtre de la Société d’aide au développement des collectivités (SADC). Il a, de plus, été administrateur de la SADC des Sources et a agi à titre de représentant industriel au sein de l’organisme. En outre, il a été membre d’autres comités régionaux et il fait présentement partie, en tant que personne-ressource, de la Corporation de développement socioéconomique d’Asbestos. Et comme il est un jeune quinquagénaire, il n’a pas fini d’étonner.



DONNER VIE À UN GRAND PROJET VERT

Lorsque la SADC du Haut-Saint-François et, plus particulièrement, le directeur des services aux entreprises, M. Robert Rodrigue, ont commencé à travailler avec l’homme d’affaires de Cookshire, M. Gilles Denis, sur le projet de construction de son épicerie IGA, il n’était sans doute pas aussi évident qu’aujourd’hui qu’ensemble ils allaient franchir une étape marquante.

Propriétaire exploitant depuis vingt ans en Estrie, M. Denis avait une idée très claire de ce qu’il voulait : un immeuble lui offrant une superficie de 21 000 pieds, soit un peu plus du double de ce dont il disposait dans son ancien magasin. Mais pas question de se contenter d’une épicerie comme on en voit partout au Québec et dans le reste du pays. Ouvert aux idées novatrices et fort d’une vision à long terme indissociable de sa réussite dans le domaine de l’alimentation, il entend bien réaliser un immeuble respectueux de l’environnement et satisfaisant aux exigences du développement durable.

LA CERTIFICATION LEED, UN CHOIX EXIGEANT

L’entrepreneur n’est pas de ceux qui privilégient la facilité avant toute chose. Il opte donc pour un bâtiment à haute qualité environnementale, répondant à la norme LEED (Leadership in Energy and Environmental Design – leadership en matière d’énergie et d’environnement). Les critères pour obtenir la certification LEED sont l’efficacité énergétique, l’efficacité de la consommation d’eau, l’efficacité du chauffage ainsi que l’utilisation de matériaux de provenance locale et la réutilisation de leur surplus. Ce n’est pas une mince affaire que de réunir ces conditions dans un seul édifice !

M. Denis peut compter sur l’appui enthousiaste de toute sa famille. Un enthousiasme, cependant, que ne partagent pas tout à fait les bailleurs de fonds. D’autant plus que M. Denis n’a pas choisi le meilleur moment pour mettre son projet en branle. « Avec la crise financière mondiale que nous venons de traverser, le monde de la finance est pour le moins conservateur. Financer un projet « vert » et en région de surcroît n’était pas de tout repos. Il a donc fallu développer une argumentation novatrice pour obtenir le financement nécessaire », confie-t-il.

LA VALEUR AJOUTÉE DE LA SADC DU HAUT-SAINT-FRANÇOIS

Du côté de la SADC du Haut-Saint-François, ce projet se traduira par un important continuum de services-conseils, prodigués assidûment sur une période de trois ans. Le montage financier a été élaboré par Robert Rodrigue, qui, au fil des ans, a développé une expertise particulière dans les projets de grande envergure. Dans ce cas-ci, il a notamment joué le rôle d’intermédiaire entre M. Denis et la Banque de développement du Canada (BDC) et il a examiné tous les mécanismes existants pour trouver des solutions de financement avantageuses. En cours de route, il fait profiter l’entrepreneur de ses conseils en finance et en gestion. « Il prend le temps d’écouter ses clients, de bien cerner leur vision et de déterminer des options à la fois originales et réalistes. Son implication devient une plus-value pour mener un projet à terme », pour reprendre les mots de M. Denis.

Cette magnifique aventure trouve son point d’orgue en janvier 2010, avec l’inauguration du supermarché. Les consommateurs et les spécialistes n’ont pas les yeux assez grands pour découvrir les détails de ce bâtiment unique en son genre dans tout le Haut-Saint-François. Ainsi, plus de 200 poteaux de téléphone en cèdre ont été recyclés pour le revêtement extérieur de l’édifice. Une toiture galvanisée de couleur pâle a été installée afin d’assurer un meilleur contrôle de la chaleur dans le magasin. Le plancher n’a pas été traité en parent pauvre, puisqu’il a été recouvert de céramique afin d’éliminer le recours aux produits d’entretien nocifs pour l’environnement. Profondément attaché à son milieu de vie, M. Denis n’a négligé aucun effort pour que les entrepreneurs locaux et régionaux obtiennent le maximum de retombées économiques. « Ce projet ambitieux se veut d’abord et avant tout un geste de reconnaissance envers mes clients et les employés qui, au cours des vingt dernières années, ont fait de moi l’entrepreneur que je suis », mentionne-t-il.

PAS DE QUARTIER POUR LES GAZ À EFFET DE SERRE !

Penser que l’entrepreneur allait s’arrêter là dans son projet vert, ce serait bien mal le connaître. Pour le système de réfrigération et de climatisation, il choisit l’*Eco2-System*. Ce dispositif est à ce jour le seul au monde à utiliser le dioxyde de carbone (CO₂) en tant que réfrigérant. Et ce n’est pas tout : ce système révolutionnaire comprend un mécanisme de récupération de la chaleur, par exemple des réfrigérateurs, suffisant pour chauffer tout le bâtiment. Plus frappant encore, il permet de réduire jusqu’à 3 900 fois les émissions de gaz à effet de serre provenant des procédés de réfrigération conventionnels.

La SADC du Haut-Saint-François a elle aussi fait preuve de vision en accordant un prêt pour financer l’installation de panneaux solaires sur le toit du supermarché. « En fait, il s’agissait du tout premier financement consenti en vertu du programme ÉcoPrêt PME. Ce produit financier, lancé au début de 2010, est unique au Canada. Il a pour objectif d’encourager les entrepreneurs du Haut-Saint-François à prendre le virage environnemental et à s’engager sur la voie de la croissance verte », explique la directrice générale de la SADC, M^{me} Danielle Simard.

Des prêts peuvent être offerts pour des projets technologiques liés, entre autres, à l’assainissement de l’air et des eaux usées, à la gestion des déchets, à l’économie d’énergie, aux énergies nouvelles ou à l’écoconception de produits. On retrouve encore une fois le nom de Robert Rodrigue associé à cette initiative. Ses idées novatrices, son engagement auprès des entrepreneurs du Haut-Saint-François et sa grande capacité à mobiliser son milieu autour de projets structurants ont incité le jury à lui décerner, en février 2010, le prix du Professionnel en développement économique et entrepreneuriat 2009, attribué par l’Association des professionnels en développement économique du Québec (APDEQ), région de l’Estrie. Cette distinction a également mis en exergue l’expertise développée par la SADC du Haut-Saint-François dans le domaine du financement des entreprises.

TOUT LE MONDE Y GAGNE

Mais continuons la visite ! Le nouvel immeuble, en plus d’être de qualité supérieure, présente une grande valeur esthétique, qui améliore le paysage urbain. Au deuxième étage se trouvent des locaux commerciaux destinés à de petites boutiques qui viendront s’ajouter à l’activité commerciale de Cookshire. Grâce à sa superficie accrue, le supermarché a fait le plein de produits des plus divers. Chaque fois que c’est possible, les produits agroalimentaires locaux sont bien en vue sur les tablettes du magasin, comme le veut M. Denis. Bonnes nouvelles pour l’économie locale : les consommateurs n’ont plus à se rendre à Sherbrooke pour trouver tout ce qu’ils désirent et l’ouverture du magasin a entraîné la création d’une trentaine d’emplois.

LA RÉCOMPENSE APRÈS LE TRAVAIL

C’est sans doute pour toutes ces raisons que le projet de M. Denis a été salué à l’échelle régionale. Le 26 octobre 2010, au 17^e Gala des Prix d’excellence en environnement des Cantons-de-l’Est, organisé par la Fédération estrienne en environnement (FEE), en collaboration avec le Conseil régional de l’environnement de l’Estrie (CREE), le prix dans la catégorie Petite entreprise ou institution (74 employés ou moins) a été remis au supermarché IGA Cookshire, à la grande joie de l’entrepreneur qui peut être fier de ce qu’il a accompli, puisqu’il a doté sa collectivité d’adoption d’un bâtiment qui fera l’orgueil des Cookshirois et des Cookshiroises pendant de très nombreuses années.



HÉBERGEMENT TOURISTIQUE EN VERT

C’est le capitaine Haddock qui va être content, lui qui inclut souvent un « tro-glodyte » bien senti dans la bordée d’insultes qu’il adresse à tout un chacun. En effet, la plus récente habitation aménagée sur le site de l’entreprise Entre Cimes et Racines, à Bolton, près d’Eastman en Estrie, a été baptisée *Le Troglo*. Pas en l’honneur du célèbre compagnon d’aventures de Tintin, mais plutôt parce que l’un des frères Berger, propriétaires du site, a été charmé par les habitations troglodytiques¹ dans lesquelles il a séjourné dans la vallée de la Loire, lors d’un voyage en France au cours des années 1980.

1. On désigne par troglodytique une forme d’architecture consistant à aménager des habitats souterrains ou creusés dans le rocher à flanc de montagne (http://fr.wikipedia.org/wiki/Habitat_troglodytique).

L’AMOUR DE LA NATURE

Outre *Le Troglo*, le site comprend dix autres gîtes. Répartis sur un immense domaine de 175 acres, ils offrent la possibilité de vivre en pleine forêt et d’avoir un contact privilégié avec la nature, sans aucune interférence de la vie urbaine. On l’aura compris, les écogites conçus et réalisés par Mario, Michaël et René Berger ne conviennent pas aux vacanciers incapables de faire un pas hors de leur résidence sans leur ordinateur en bandoulière, leur téléphone cellulaire de quatrième génération et leur tablette électronique. En revanche, à celles et ceux qui veulent fuir le train-train quotidien, se ressourcer et refaire le plein d’énergie, l’entreprise Entre Cimes et Racines plaira à coup sûr.

En plus d’y trouver un habitat des plus naturels, les visiteurs peuvent s’adonner à diverses activités de plein air. Par exemple, de longs sentiers pédestres sont aménagés sur le site et, pendant la saison froide, les raquetteurs s’en donnent à cœur joie. En somme, tout a été mis en œuvre pour que les clients profitent pleinement de la nature, et ce, en tout temps, puisque le site demeure ouvert à longueur d’année. Par ailleurs, il est pourvu d’un pavillon d’accueil où les visiteurs trouveront des installations sanitaires.

COMME AU CINÉMA

À noter que les onze écogites ont été conçus, construits et aménagés par les frères Berger eux-mêmes. Heureusement que Mario possède une solide formation de menuisier; il a travaillé pendant plusieurs années à l’abbaye de Saint-Benoît-du-Lac, à Austin. Chaque écogîte a sa propre personnalité, qui commence par le nom qu’il reçoit, qu’il s’agisse de *La Gélinothe*, du *Sucrier* ou du *Septième Ciel*. Lors de la construction du *Troglo*, les propriétaires se sont surpassés et ils ont rivalisé avec ce qui se fait de mieux dans le domaine. L’habitation possède, en effet, une structure en béton et un toit végétal. Pour en accroître le confort, elle a été équipée d’un système d’échangeur d’air. La rondeur de ses formes lui donne l’aspect d’un dôme, et cette perception est accentuée par le fait que la porte, les fenêtres et l’aire intérieure sont également circulaires. Les mordus de l’œuvre de l’écrivain britannique John Ronald Reuel Tolkien, auteur du *Seigneur des anneaux*, lui trouvent à tout coup un air de famille avec la demeure d’un *hobbit*.

PARI GAGNÉ

L’originalité ainsi que la qualité d’exécution des gîtes et les principes de développement durable qui animent les propriétaires ne sont pas passés inaperçus auprès des intervenants de l’industrie touristique au Québec et dans le reste du Canada. Ainsi, en 2008, l’entreprise Entre Cimes et Racines a été primée aux Grands Prix du tourisme québécois à titre de lauréate nationale de la médaille d’or du prix Palais des congrès de Montréal : Hébergement – Résidences de tourisme. En 2009, de nouveau dans le cadre des Grands Prix du tourisme québécois, elle était lauréate régionale du Prix hébergement : résidences de tourisme. L’année suivante, elle fit un beau doublé : lauréate régionale, Cantons-de-l’Est, du Prix hébergement : résidences de tourisme et lauréate nationale de la médaille de bronze du prix Palais des congrès de Montréal : Hébergement – Résidences de tourisme. Enfin, en 2011, l’entreprise Entre Cimes et Racines a été choisie comme finaliste au Prix du tourisme durable, présenté par Parcs Canada, lors des Grands Prix du tourisme canadien organisés par l’Association de l’industrie touristique du Canada (AITC) et présentés par le quotidien *The Toronto Star*.

Le taux d’occupation des gîtes oscille autour de 50 % sur une base annuelle, un résultat qui pourrait bien prendre de l’ampleur, en raison de l’engouement généré par *Le Troglo* depuis mai 2011. « L’expérience Entre Cimes et Racines démontre qu’il est possible de mener à bon port des projets qui sortent des sentiers battus. Nous sommes fiers de contribuer au développement et à la diversification économique de notre région, en offrant un produit distinctif », affirme M. Mario Berger.

TENIR LE BON CAP

L’entreprise Entre Cimes et Racines a été créée en 1999, mais il faut remonter aux années 1960 pour en trouver l’origine. C’est en effet au cours de cette décennie que M. Bernard Berger fait l’acquisition d’un terrain dans la région d’Eastman, puis d’une terre en friche. Commencent alors l’aménagement et le reboisement d’un domaine qui atteindra, à l’approche du présent millénaire, une superficie de 175 acres, sur laquelle M. Berger père a planté pas moins de 65 000 arbres et qu’il légua, en 1998, à ses trois fils. Ceux-ci sont désireux de poursuivre l’œuvre de leur père et, pour ce faire, ils favorisent une approche de développement durable autre que la sylviculture. Ensemble, ils élaborent alors le concept d’hébergement en forêt et d’écogîte, dont découle en droite ligne l’entreprise Entre Cimes et Racines.

AU MÊME DIAPASON

Le CAE Memphrémagog est intervenu, depuis près de dix ans, à différentes phases d’aménagement du site touristique. Il a notamment effectué la planification détaillée de toutes les tâches que les frères Berger se proposaient de faire et leur a apporté son aide en cours de réalisation. L’équipe du CAE a également soutenu le développement des aptitudes entrepreneuriales des propriétaires, que rien ne destinait au départ à la vie de chefs d’entreprise. Les conseillers du CAE ont organisé, à maintes occasions, des rencontres de planification pour orienter les entrepreneurs et leur faire voir tous les aspects qui concourent au développement du potentiel de leur projet d’écogîte et à sa rentabilité. Le CAE a également apporté son soutien financier; il est d’ailleurs le seul bailleur de fonds. « Ce qui a retenu l’attention du CAE, de prime abord, c’est le caractère novateur du projet d’hébergement touristique présenté par MM. Berger, en même temps que leur souci de respecter la philosophie d’entreprise instaurée par leur père », explique la directrice générale du CAE Memphrémagog, M^{me} Louise Paradis.

« De notre côté, nous avons apprécié de façon particulière l’effort d’adaptation qui a été consenti par toute l’équipe du CAE, d’abord pour faire des affaires avec une entreprise qui ne correspond pas à certains standards auxquels le CAE est habitué, puis pour s’adapter au rythme de croissance que nous préconisons pour notre entreprise », confie M. Mario Berger, qui, avec ses frères, partage la conviction que la gestion d’une entreprise doit d’abord et avant tout reposer sur des valeurs humaines. Tous également passionnés, les trois entrepreneurs considèrent comme très important de pouvoir, de temps à autre, prendre congé de leurs fonctions et partir en voyage. Ce qu’ils appellent « se donner des libertés » pour se détendre et, surtout, se ressourcer. À quand le douzième écogîte ?



JAMAIS DEUX SANS TROIS

L’agroalimentaire constitue encore et toujours un secteur économique de taille au Québec, et la MRC de Coaticook en est un acteur important, puisqu’elle regroupe quelque 540 entreprises qui génèrent des revenus d’environ 157 M\$ par année¹.

1. Données tirées d’un article paru dans Le Progrès de Coaticook, le 26 mars 2011 (<http://www.leprogres.net>).
2. Données tirées d’un article paru dans Le Progrès de Coaticook, le 28 mars 2011 (<http://www.leprogres.net>).

En fait, c’est sur ce territoire qu’on observe le plus haut revenu agricole de l’Estrie, sans oublier qu’on y trouve plus de 30 % des superficies cultivées de la région². En outre, la MRC peut s’estimer chanceuse, car à l’inverse d’autres régions agricoles du Québec, la relève y est bien présente.

LE VISAGE DE LA RELÈVE

Justement, une fois le mot prononcé, il est toujours intéressant d’associer un visage à la relève. À Coaticook, deux noms viennent à l’esprit : Francis Martineau et Hélène Bouffard.

« Ayant grandi dans des familles d’entrepreneurs, c’est tout naturellement que nous avons relevé le défi de nous établir à notre compte dès notre entrée dans le monde des adultes. J’ai eu deux entreprises avant d’acquérir, avec ma conjointe, l’exploitation actuelle, mentionne Francis Martineau. Malgré la conjoncture économique difficile et les importants enjeux liés à nos principales productions agricoles, nous sommes heureux de notre choix de carrière. Nous sommes toujours très motivés à faire fructifier notre entreprise, car c’est un patrimoine que nous construisons au quotidien pour la génération future ! »

L’entreprise dont il est question ici, c’est la Ferme Martinhel. Bien que n’ayant pas encore soufflé leurs 30 bougies, Francis Martineau et sa conjointe, Hélène Bouffard, sont à la tête d’une exploitation agricole de 283 acres. Ils font assurément partie de la relève, mais ils sont loin d’être des débutants. M. Martineau, en effet, compte déjà presque une douzaine d’années d’expérience en gestion. Songez qu’il a dirigé sa première entreprise à l’âge de 18 ans !

LA DIVERSIFICATION ET L’INNOVATION S’INVITENT À LA FERME

La Ferme Martinhel se distingue sur bien des aspects. Ses propriétaires ont mis l’accent, depuis son acquisition, sur la diversification des productions. S’ils sont principalement engagés dans la production porcine à forfait, ils se consacrent aussi à l’élevage de bovins et à la culture de fourrages à des fins commerciales. Le fil conducteur de cette ramification est certainement la rentabilité, puisque les différentes activités assurent au couple des revenus pendant toute l’année. De plus, la ferme est un modèle de recherche de plus-value et d’intégration de ses différentes activités. Le foin de qualité inférieure, qui intéresserait moins les acheteurs et se vendrait à plus bas prix, sert, par exemple, à l’alimentation des bœufs.

Maintenir leur exploitation à la fine pointe de la technologie est également une priorité pour les entrepreneurs. Ils ont ainsi procédé à d’importants investissements dans la modernisation des équipements. Cette décision s’est révélée très judicieuse, puisqu’elle leur a permis d’assurer la viabilité et la prospérité de leur ferme. « De nos jours, ce qui démarque notre exploitation, ce n’est pas tant notre production elle-même que les méthodes que nous privilégions et que nous cherchons constamment à améliorer pour nous assurer d’un avantage concurrentiel. C’est la voie que nous avons choisie, Hélène et moi », se félicite Francis Martineau.

Comme il est de moins en moins aisé pour un cultivateur de trouver de la main-d’œuvre pour les différents travaux des champs, et en particulier pour la moisson, les conjoints se sont procuré un SYST-M Cardinal. Grâce à cet ensemble d’équipements interreliés et entièrement mécanisés, la manipulation des balles de foin ne nécessite plus qu’une seule personne ! L’achat de ce système fort coûteux n’était pas seulement dicté par le désir des propriétaires d’accroître la rentabilité de leurs opérations, mais également par la volonté de satisfaire aux exigences des clients en ce qui a trait au conditionnement du foin.

GRANDIR À DEUX

Francis Martineau et Hélène Bouffard sont tous deux nés sous un astre favorable, ce qui a facilité la concrétisation du rêve qu’ils avaient de travailler coude à coude au sein d’une même entreprise. En 2008, l’occasion se présente : le propriétaire vieillissant d’une porcherie et des terres adjacentes désire passer le flambeau. Les parents de Francis apportent alors un appui de tous les instants au jeune couple pour réaliser la transaction dont le montant se situe tout de même dans les sept chiffres. Par la suite, lorsque les entrepreneurs envisagent la vente du foin de commerce, c’est au tour de la famille d’Hélène de leur servir de guide et de leur faire profiter d’un bagage impressionnant de connaissances et d’expériences dans ce domaine. Le fait d’être issus de familles connaissant bien le monde agricole a certainement été déterminant pour les conjoints désireux de faire, de leur ferme, une entreprise florissante.

COMPRENDRE POUR MIEUX AGIR

La SADC de la région de Coaticook est un témoin attentif de la carrière des entrepreneurs, et ce, depuis qu’elle est entrée en communication avec Francis Martineau, en 2006, qui se préparait alors à se porter acquéreur de sa deuxième entreprise. Dès la première rencontre, la conseillère aux entreprises et analyste financière au sein de la SADC, M^{me} Nancy Marcoux, a compris que le jeune homme n’aimait pas faire du surplace – et c’est encore aussi vrai aujourd’hui ! Comme il a toujours un projet en gestation, elle s’est réjouie d’avoir de bonnes jambes pour le suivre au pas de course qu’il adopte pour mener ses affaires.

Avec le temps, la complicité et la confiance mutuelle se sont développées entre la conseillère et les conjoints entrepreneurs pour devenir le ciment de leur relation d’affaires. M. Martineau a ainsi pu bénéficier de quatre prêts à l’intérieur de la Stratégie jeunesse et de trois autres dans le cadre des interventions régulières de la SADC. Deux prêts ont, par ailleurs, été accordés à M^{me} Bouffard pour soutenir la croissance de la Ferme Martinhel. De plus, les jeunes producteurs agricoles ont su mettre à profit les conseils et l’accompagnement du personnel de la SADC, notamment quand il s’est agi d’évaluer la faisabilité des projets qu’ils avaient sur leur planche à dessin et d’établir des prévisions financières fiables et réalistes. Comme la SADC de la région de Coaticook est un joueur d’équipe, elle a donc travaillé avec divers agronomes rompus aux techniques d’évaluation de la faisabilité des projets agricoles. Elle a également été en communication suivie avec le Centre financier aux entreprises Desjardins de l’Estrie et la Financière agricole du Québec.

LA QUALITÉ DE VIE, UNE VALEUR QUI N’A PAS DE PRIX !

« Notre SADC n’a jamais perdu de vue l’importance que revêtait l’acquisition de leur ferme par Francis et Hélène, puisque ce projet se doublait d’une démarche de relève entrepreneuriale. Quant aux promoteurs, ils ont été en mesure de choisir le style de vie pour lequel ils avaient le plus d’affinités. Ils ont conçu leur projet comme une initiative générationnelle, en ce sens qu’ils ont profité de l’expérience de leurs parents et qu’ils travaillent maintenant en vue de léguer ce qu’ils ont reçu à leurs enfants », résume la directrice de la SADC de la région de Coaticook, M^{me} Joanne Beaudin.



QUAND LE BIO ALIMENTE LA CROISSANCE

En décembre 1999, lors du colloque *L’agriculture biologique face à son développement : les enjeux futurs*, présenté dans le cadre des douzièmes entretiens du Cercle Jacques-Cartier, les délégués ont été amenés à se pencher sur l’expérience de la Meunerie Milanaise.

Le propriétaire de l’entreprise, M. Robert Beauchemin, y évoqua alors les problèmes causés par la distribution de ses produits dans de grandes surfaces et précisa que les plus grands défis qui se poseraient à ce secteur en croissance seraient justement de ne pas dénaturer son caractère bio.

De toute évidence, M. Beauchemin et sa conjointe, M^{me} Lily Vallières, qui assurent tous deux la direction de la Meunerie Milanaise, peuvent se targuer d’avoir réussi haut la main.

LES CÉRÉALES BIOLOGIQUES : UN CHOIX QUI S’IMPOSE POUR ROBERT BEAUCHEMIN

Pionnière du mouvement bio au Québec, l’entreprise transforme des céréales pour en faire principalement des farines, mais également des préparations à muffins et à crêpes; en outre, elle met en marché des grains et des légumineuses. Ses produits s’adressent au secteur de la boulangerie, aux consommateurs et aux entreprises de transformation alimentaire. Les farines sont certifiées biologiques par ÉCOCERT, ce qui garantit que tous les achats de matières premières et d’ingrédients de base qui entrent dans la fabrication des produits font l’objet d’un contrôle rigoureux par un organisme indépendant. De plus, tous les grains utilisés par la meunerie proviennent de fermes qui se consacrent à la culture biologique.

Depuis un peu plus d’un quart de siècle, la Meunerie Milanaise contribue à l’essor du monde biologique au Québec. C’est pour cette raison qu’en 2007, M. Beauchemin a reçu un prix d’excellence de l’Association canadienne des aliments de santé, en reconnaissance de sa contribution tout à fait exceptionnelle au développement du secteur biologique. En effet, ingénieur mécanique, titulaire d’une maîtrise en sciences mathématiques et d’un certificat en agrobiologie, Robert Beauchemin est toujours à l’affût des tendances qui se font jour dans son domaine et il se tient informé de tout ce qui survient sur le marché biologique. C’est ainsi qu’il a acquis, dans son parcours professionnel, une expertise des plus précieuses, pour ne pas dire unique au Québec et au Canada.

M. Beauchemin a défini en termes non équivoques la vision qui l’inspire chaque jour dans son travail : demeurer le chef de file dans la transformation du grain biologique. Une mission à laquelle les quelque 25 employés artisans de la meunerie adhèrent complètement. Dans ce contexte, l’homme d’affaires n’a jamais hésité à réinvestir son avoir pour mettre en valeur le potentiel de son entreprise. Nourris de la même passion, M. Beauchemin et M^{me} Vallières, cette dernière faisant bénéficier la meunerie de sa formation en nutrition, ont consacré beaucoup d’énergie et de ressources à la recherche-développement, et ce, tant pour améliorer leurs façons de faire que pour rehausser constamment la qualité de leurs produits.

UN COUPLE DE PRÉCURSEURS

M. Beauchemin et M^{me} Vallières sont, à n’en point douter, de véritables précurseurs dans la culture biologique. Au cours des années 1970, ils quittent la ville. Leur décision est bien arrêtée; ils s’établissent alors à Milan, un petit village à quelques kilomètres de Lac-Mégantic, et s’adonnent, dès 1977, à la culture de céréales biologiques. L’année 1982 est une année charnière : les agriculteurs troquent leurs salopettes pour un gilet de meunier et entreprennent la mouture des grains dans le petit moulin

qu’ils ont construit. C’est le début de la Meunerie Milanaise, qui devient, dès 1985, la première entreprise de transformation spécialisée certifiée biologique au Québec. Mais cette meule de granit rose qui se met en branle trace aussi le chemin d’une aventure qui dure depuis près de 30 ans, pour laquelle l’intérêt et l’enthousiasme des entrepreneurs n’ont jamais cédé le pas à la lassitude. Si tout au long de ces années, Robert Beauchemin et Lily Vallières ont su préserver la flamme de l’entrepreneuriat, c’est, comme ils l’affirment, qu’ils sont « demeurés fidèles à eux-mêmes et aux valeurs d’artisans manufacturiers, dans lesquelles ils croient de façon inébranlable ».

LA MEUNERIE MILANAISE A DU PAIN SUR LA PLANCHE !

La meunerie passe à deux, puis à quatre meules, pour répondre à la demande. L’année 1996 voit l’introduction d’une nouvelle gamme de pâtes alimentaires, ALEGRIA, fabriquées avec les farines de la minoterie. Un an plus tard, c’est le déménagement dans une nouvelle usine, offrant plus d’espace pour accueillir l’ensemble des activités de production. Enfin, en 2004, la mise en service d’un moulin à meules d’acier permet de commercialiser une farine blanche adaptée aux produits spécifiques de boulangerie.

SOUTIEN ET DISPONIBILITÉ : LA SADC DE LA RÉGION DE MÉGANTIC EN FAIT SA DEVISE

Dynamiques, certes, mais également très confiants dans le potentiel du marché biologique, les promoteurs s’adressent, dès 1985, à la SADC de la région de Mégantic pour leur premier projet d’expansion. « La SADC de la région de Mégantic a été présente dès le départ pour soutenir notre entreprise et elle a cru en nous aux toutes premières heures, même si notre projet pouvait alors sembler farfelu. Encore aujourd’hui, elle est toujours prête à nous recevoir, et c’est grâce à ce genre de coup de pouce salutaire que l’entreprise a pu atteindre de tels paliers de croissance» mentionnent les deux associés.

La SADC a participé, par du financement, aux divers projets d’expansion de la meunerie. Son équipe a également donné un coup de main quand il s’est agi de monter des dossiers complexes et elle n’a pas été avare de conseils pour orienter M. Beauchemin et M^{me} Vallières afin de leur éviter de perdre un temps précieux à trouver les programmes gouvernementaux dont ils pourraient se prévaloir. « Les propriétaires ont su tout au long de leur expérience d’entrepreneurs conserver leur passion et déployer une énergie incroyable pour que leur établissement soit toujours à l’avant-garde en matière de production biologique », fait remarquer la directrice générale de la SADC de la région de Mégantic, M^{me} Ginette Isabel, qui ajoute que la Meunerie Milanaise est le plus ancien client de la SADC.

DES FONCTIONS EXIGEANTES POUR LE CHEF D’ENTREPRISE

Au cours de sa carrière d’entrepreneur, M. Beauchemin a réussi à maintenir une forte implication dans son secteur d’activité. Membre de la Filière agroalimentaire du Québec, il a assumé, par exemple, la présidence de la Filière biologique du Québec, en plus d’avoir été président du Conseil bioalimentaire de l’Estrie. Il fait partie du Groupement des chefs d’entreprise du Québec. Il est membre fondateur de l’OCIA (Organic Crop Improvement Association) International depuis 1985, organisme de premier ordre fort de ses 40 000 membres dans 22 pays, dont il a d’ailleurs occupé le poste de président entre 1992 et 1996. De 1996 à 1998, M. Beauchemin a aussi agi à titre de président de l’International Organic Accreditation Service. Plus récemment, soit de 1999 à 2002, il a siégé au sein de la délégation du Canada à la Commission du Codex Alimentarius, créée en 1963 par la FAO (Organisation des Nations unies pour l’alimentation et l’agriculture) et l’Organisation mondiale de la santé pour élaborer des normes alimentaires dans le but, entre autres, d’assurer la protection de la santé des consommateurs.

DES AVANTAGES CONCRETS À LA CLÉ

À l’échelle locale, les 25 emplois de la meunerie sont une source de vitalité des plus appréciables pour Milan, une petite collectivité de moins de 400 résidents. De plus, les activités de la minoterie peuvent donner lieu à un essaimage. En 2008, par exemple, les pâtes ALEGRIA ont été acquises par deux entrepreneurs de Stornoway, en Estrie, qui continuent cependant à se procurer farines et semoules auprès de la minoterie.



À L'IMPOSSIBLE NUL N'EST TENU, SAUF CHEZ PRATIKO

Aujourd’hui, pour répondre aux impératifs de la mondialisation et de la diversification économique, nombre d’entreprises canadiennes fabriquent une gamme de produits des plus variés. Cependant, quand on retient comme critère d’évaluation l’excellence dans tout, leur liste a tendance à raccourcir un peu. Chose certaine, la compagnie Pratiko ne serait pas près d’en disparaître.

LE DICTIONNAIRE PRATIKO

L’entreprise, établie à Richmond en Estrie, a été mise sur pied par deux frères, Jean-Marc et Michel Landry. Le premier est ingénieur en matériaux, et le second, technicien en marketing. Si leurs formations sont différentes, les deux frères se rejoignent dans la passion qu’ils éprouvent pour l’innovation, l’amélioration des procédés et l’ouverture aux besoins des clients. Un observateur travaillant à leurs côtés pourrait témoigner que le mot *possible* revient constamment dans leur bouche depuis la création de leur entreprise en 2006 et qu’ils ont aussi une préférence marquée pour les mots *utile*, *commode*, *essentiel* et, par-dessus tout, pour l’adjectif *pratique*, qui les a d’ailleurs inspirés pour le choix de leur dénomination sociale. « Quand nous élaborons une solution à un problème, c’est toujours après nous être assurés qu’il y a un marché pour cette innovation. Par ailleurs, lorsque nous améliorons un procédé, c’est pour en faire profiter nos clients. Dans notre esprit, c’est ça être pratico-pratique ! » confie le président de Pratiko, Jean-Marc Landry.

LA FORCE COMBINÉE DE L'INNOVATION ET DE LA DIVERSIFICATION

La croissance de l’entreprise repose en bonne partie sur son haut degré de diversification. Pratiko assure, en effet, la conception, la mise au point et la fabrication de nombreux produits industriels. Le moulage de pièces en plastique ou en caoutchouc, de silicone et de mousse d’uréthane, de même que la fusion de plastique sur le métal, l’impression 3D et l’usinage conventionnel constituent les principales activités de Pratiko.

Mais l’entreprise a d’autres cordes à son arc. Pour le compte de ses clients, elle peut concevoir divers produits, réaliser les prototypes et même se charger de leur fabrication. Certains mandats sont faciles à exécuter, d’autres, extrêmement complexes. La quantité n’est toutefois pas un obstacle quand vient le temps d’accepter une commande. Chez Pratiko, on peut, par exemple, fabriquer aussi bien deux pièces que 5 000.

FAIRE LE PLEIN D'IDÉES NOUVELLES

L’entreprise conçoit également des produits pour ses propres marchés ou en partenariat avec ses clients. Elle a participé par exemple au développement d’un mannequin pour une utilisation à des fins de formation médicale. Cette reproduction plus vraie que nature du corps humain comporte un squelette, un œsophage, un estomac ainsi qu’une peau en silicone. Le mannequin permet notamment au futur médecin de perfectionner ses connaissances de l’échographie. Toujours dans le domaine de la santé et du bien-être, Pratiko a fait breveter l’une de ses inventions, soit un frein autobloquant s’adaptant à tous les fauteuils roulants. Entre autres caractéristiques, ce frein s’actionne automatiquement dès que la personne se soulève de son fauteuil. En outre, on a réussi le tour de force de conserver la possibilité de plier le fauteuil. Dans un tout autre secteur – ce qui démontre la grande polyvalence de Pratiko –, l’entreprise a conçu diverses pièces pour les équipements de ferme. Et si cette énumération n’a pas étanché votre soif d’innovations, sachez que Pratiko a aussi mis au point un disque d’épandage¹ empêchant l’accumulation de sel à la surface du disque.

1. Pièce dont est munie une saleuse pour déglacer les routes.

On aura compris que Pratiko met continuellement l’accent sur la recherche et le développement. Et quelquefois, l’embryon d’un projet peut se résumer à une idée ou à un dessin sommaire fait par un client qui se présente à l’usine. « Notre intention est de permettre au plus grand nombre d’idées de se transformer en produits compétitifs, grâce auxquels nos clients auront du succès sur les marchés. Encore aujourd’hui, trop d’entrepreneurs ont des idées de grande valeur qui, malheureusement, ne se rendent pas plus loin que la table à dessin », fait remarquer Jean-Marc Landry.

SUR LA LIGNE DE DÉPART

Si Pratiko a connu des débuts modestes avec l’acquisition, en 2006, de deux petites entreprises établies à Racine, sa progression a été fulgurante. Au début de 2007, les deux entrepreneurs multipliaient les heures, Jean-Marc de jour et Michel poursuivait, le soir, la conception et la réalisation. Quatre ans plus tard, douze employés sont à pied d’oeuvre dans des locaux d’une superficie de près de 15 000 pieds carrés situés dans le parc industriel de Richmond. Quant au chiffre d’affaires, il a quintuplé au cours de la même période.

D’ailleurs, en juin 2011, pour souligner son parcours exceptionnel et son souci constant de faire appel à l’innovation pour diversifier ses activités, le CAE du Val-Saint-François a remis à Pratiko le prix Hommage à la croissance. Il voulait ainsi reconnaître le dynamisme de l’entreprise.

TRAVAILLER DE CONCERT AVEC LE CAE DU VAL-SAINT-FRANÇOIS

L’entreprise est devenue cliente du CAE du Val-Saint-François dès ses premiers pas. « Le CAE était toujours disponible pour entendre parler des progrès de Pratiko. Son directeur général a réussi à bâtir une aura positive autour de notre entreprise. Le CAE nous a fourni du financement et, élément tout aussi apprécié, il nous a prêté son soutien psychologique », déclare M. Jean-Marc Landry. En effet, le directeur général du CAE, M. Bertrand Ménard, a prêté main-forte à M. Landry pour peaufiner son plan d’affaires.

Par la suite, un financement initial a été consenti à l’entrepreneur pour lui faciliter l’acquisition des deux petites PME et bonifier son fonds de roulement. Après quelque temps, le CAE, qui agit alors en collaboration avec Investissement Québec, alloue des fonds à Pratiko en vue de l’achat d’équipements de pointe permettant le déploiement de nouveaux procédés dans l’usine. Comme les besoins de capitaux d’une entreprise qui veut se démarquer dans la nouvelle économie vont toujours en augmentant, le CAE s’est également efforcé d’intéresser d’autres bailleurs de fonds aux projets de Pratiko.

« Nous avons cru à l’aventure Pratiko dès le départ. L’entrepreneur nous avait démontré non seulement qu’il savait gérer une entreprise, mais également que ses activités allaient devenir un terreau de diversification économique. Cependant, l’expérience m’a appris qu’un projet a beaucoup de traits communs avec un casse-tête : on ne peut en avoir une idée claire avant d’avoir mis toutes les pièces ensemble. C’est pourquoi nous avons tenu à mettre à la disposition de Pratiko et de MM. Landry toutes les ressources d’encadrement du CAE », souligne M. Ménard.

DES VALEURS SÛRES

Une entreprise telle que Pratiko, où le service à la clientèle se taille la part du lion, ne peut connaître le succès sans l’engagement des ressources humaines. C’est pourquoi Jean-Marc et Michel Landry redoublent d’attention pour assurer le bien-être de leurs employés et leur qualité de vie. L’atmosphère familiale qui règne partout dans l’usine et le maintien en poste des employés démontrent qu’ils ont fait coup double.

L’entrepreneur attache également une grande importance à ce que tout un chacun bénéficie de la formation continue. Mais comme il est convaincu que la formation se fait dans les deux sens, M. Landry encourage fortement ses employés à s’impliquer dans le développement des produits. Toutes les idées sont bien accueillies, parce qu’elles peuvent contribuer à rendre l’entreprise plus performante. Et, il faut bien l’avouer : *performance* est aussi un mot qui fait partie du dictionnaire Pratiko.



LA GASTRONOMIE À LA GARDERIE

Supposons un instant que vous soyez parent d'un jeune enfant qui fréquente une garderie. Au cours de la journée, on lui sert un fruit frais, un sauté de poulet teriyaki, du riz, des légumes et de la compote avec des craquelins. Vous pensez sûrement que vous faites un beau rêve et que le réveil sera brutal. Sans doute, mais pas si vous habitez Gatineau, en Outaouais, et que vous êtes parent de l'un des quelque cent enfants qui ont la chance de déguster les bons petits plats du Resto chez vous.

LE RESTAURANT VIENT À VOUS

L'entreprise est un traiteur qui a développé un créneau bien précis : les garderies en milieu familial et les centres de la petite enfance (CPE). Le Resto chez vous est fier d'offrir un service personnalisé, adapté aux besoins et aux particularités de chacun de ses clients. À partir de 4 \$ par enfant – les taxes en sus –, les garderies peuvent offrir aux enfants un fruit frais, un repas du midi complet et une collation l'après-midi. Ce service peu coûteux est conçu pour permettre aux familles de donner aux enfants tout ce dont ils ont besoin pour grandir en santé. Le principal avantage de faire appel au Resto chez vous ? Certainement d'offrir des repas et des collations de grande qualité, servis en portions généreuses et respectant les prescriptions du *Guide alimentaire canadien*, le tout sans avoir à se mettre martel en tête pour rivaliser d'originalité. En outre, le personnel des garderies a ainsi plus de temps à consacrer aux tout-petits.

MARQUE DE FABRIQUE

En janvier 2012, les propriétaires du Resto chez vous, M. David Gagné et sa conjointe, M^{me} Annie St-Jacques, ont célébré les trois ans de leur entreprise. Avant qu'ils s'établissent à leur compte, M. Gagné, chef diplômé du Centre de formation professionnelle Relais de la Lièvre-Seigneurie, a travaillé au Hilton Lac Leamy et chez le réputé traiteur Le St-Estèphe, tous deux à Gatineau. Quant à M^{me} St-Jacques, elle était éducatrice en CPE et elle a acquis une connaissance approfondie des garderies, de leur mode de fonctionnement et de leurs besoins. Chacun de leur côté, les conjoints exerçaient donc des responsabilités qui les préparaient à la gestion de services alimentaires et à la production de repas, sans oublier que leur bagage expérientiel respectif leur permet de se compléter à la perfection sur bien des aspects.

La petite entreprise, qui a amorcé ses activités au domicile familial dans le secteur Buckingham de Gatineau, a su développer un créneau exclusif et a été rapidement amenée à prendre de l'expansion pour répondre à la demande croissante. « Le financement accordé par la SADC de Papineau nous a permis d'ajouter une seconde cuisine et de doubler notre espace de travail, ce qui a eu pour effet de multiplier par deux notre capacité de production. Grâce à ce coup de pouce, nous avons atteint une production d'au-delà de 450 repas par jour, mais nous avons pu également réussir cet exploit trois ans plus tôt que dans nos prévisions initiales. Nous travaillons maintenant dans le but d'atteindre une moyenne de 600 repas par jour à notre cinquième année d'existence », déclare M. Gagné.

EN DÉCOUDRE AVEC LA MALBOUFFE

La SADC de Papineau a, en effet, consenti des fonds au Resto chez vous pour l'achat d'équipements, dont certains nécessaires pour effectuer des ventes en ligne et pour apporter des améliorations aux locaux réservés à la préparation des repas. L'entreprise a d'ailleurs l'intention de procéder à d'autres investissements, dans le but de réduire sa consommation d'énergie et d'accroître l'efficacité de ses opérations culinaires. « L'appui consenti par la SADC de Papineau permet à notre entreprise d'atteindre ses objectifs et de devenir profitable beaucoup plus rapidement que ce que nous avions prévu. Les taux d'intérêt avantageux et les modes de paiement à moyen terme font en sorte que les liquidités de l'entreprise servent à soutenir une bonne croissance, sans exercer de trop grandes pressions sur son fonds de roulement », affirme, pour sa part, M^{me} St-Jacques.

« Notre SADC a tenu à apporter son soutien au Resto chez vous. Pour nous, il s'agit de bien plus qu'un établissement commercial; c'est plutôt une entreprise sociocommunautaire de proximité qui prend assise sur des valeurs fondamentales et qui aide à faire, des enfants d'aujourd'hui, des citoyens plus responsables sur le plan de l'alimentation », ajoute le directeur général de la SADC de Papineau, M. Michel Lavergne.

Les entrepreneurs ne cachent pas que le désir de participer à la lutte contre la malbouffe a compté dans leur décision de mettre sur pied le Resto chez vous. Ensemble, ils avaient le goût de contribuer à inculquer de saines habitudes alimentaires aux enfants en bas âge et, à plus long terme, à lutter contre l'obésité chez les jeunes en Outaouais.

APPROCHE CLIENT

M. Gagné et M^{me} St-Jacques se sont fixé l'objectif de toujours bien servir leurs clients, et ils ne lésinent pas sur les moyens pour y arriver. Ainsi, les repas sont livrés tous les jours. Les clients sont visités une fois par semaine, ce qui permet de recueillir leurs suggestions et leurs commentaires, et de garder un lien étroit avec chacun d'eux. La préférence des entrepreneurs va à l'approche client, mais des véhicules promotionnels tels que des dépliants sont également utilisés pour faire connaître les services du Resto chez vous. L'entreprise est également présente sur la Toile, sous la forme d'un site où les menus des semaines à venir sont affichés et où les clients peuvent commander des plats santé en ligne.

LE CONTEXTE S'Y PRÊTE

Il n'est pas besoin d'être grand clerc pour constater que les produits cuisinés par le Resto chez vous sont en phase avec les objectifs énoncés dans la politique adoptée par le gouvernement du Québec visant à bannir la malbouffe des établissements scolaires. Ce facteur pourrait favoriser la croissance de l'entreprise, qui a par ailleurs fait un choix stratégique en s'établissant à Gatineau, un centre urbain qui connaît une importante croissance démographique, alimentée par la hausse des naissances et gonflée par l'arrivée de nombreux néo-Québécois. Cette croissance démographique se fera bien évidemment sentir, tant dans les garderies et les CPE que dans le réseau scolaire gatinois.

Parmi les avantages que la population retire de la présence d'une entreprise telle que celle de M. Gagné et de M^{me} St-Jacques, certains sont moins apparents, mais ils n'en sont pas moins fondamentaux. Pensons, par exemple, que les repas délicieux du Resto chez vous ont permis à certaines garderies en milieu familial de tenir bon et de poursuivre leurs activités. Il est réconfortant, quand on est éducatrice, de pouvoir faire entièrement confiance à un traiteur qui prend soin des enfants comme s'il s'agissait des siens.



LE CHIEN HUSKY : LE MEILLEUR AMI DES ENTREPRENEURS

Le tourisme est l’un des secteurs d’activité à privilégier pour assurer le développement et la diversification économiques des régions du Québec. Et le jeu en vaut la chandelle : l’Outaouais, par exemple, a accueilli, en 2010, 1 690 000 visiteurs, ce qui en fait la 5^e région touristique en importance au Québec. De plus, la même année, leurs dépenses s’y sont élevées à 224 M\$¹.

À l’heure où la compétition entre les destinations est des plus vives, il apparaît donc très important d’offrir des produits qui piquent la curiosité des voyageurs. C’est exactement ce que fait l’entreprise Escapade Eskimo, établie à Otter Lake, en Outaouais.

À L’ORIGINE, IL Y AVAIT LA PASSION

Créée en 2004, cette entreprise offre un éventail de forfaits axés sur l’expérience du chien de traîneau. Si le travail a amené Sylvain Drapeau à s’établir dans la région de l’Outaouais, avec sa conjointe Caroline Desrosiers, c’est cependant grâce à leur passion pour le chien de traîneau qu’ils sont devenus amoureux de la campagne et qu’ils ont décidé d’un commun accord de s’y établir.

« Nous avons démarré de façon très progressive et avons façonné notre entreprise selon les demandes et l’intérêt de notre clientèle. Escapade Eskimo, bien qu’étant une entreprise familiale, se qualifie comme *produit de demain*. Selon les études², en effet, on observe une nouvelle vague de clientèle recherchant un produit axé sur le tourisme d’aventure, l’apprentissage, la participation directe et le service personnalisé. Dans ce contexte, nos clients apprécient l’aspect chaleureux et intime de notre entreprise et ils en redemandent », précisent les entrepreneurs. Il faut dire qu’en accueillant les clients directement à leur résidence sur leur immense domaine de 200 acres, Caroline Desrosiers et Sylvain Drapeau leur assurent un contact intégral avec la nature et les animaux. En outre, de façon à conserver le plus possible l’image typique du chien de traîneau, le couple élève lui-même les huskys sibériens qui sont dans le chenil.

DES EXCURSIONS À L’HEURE DE LA TECHNOLOGIE DERNIER CRI

Tous les goûts sont dans la nature, et c’est encore plus vrai chez Escapade Eskimo, qui propose des randonnées et des excursions en traîneau à chien sur de magnifiques sentiers longeant des lacs et des montagnes. Depuis 2010, l’entreprise a inscrit une toute nouvelle activité à sa programmation : le *géocaching*. Les participants doivent trouver des caches dans la forêt à l’aide d’un système de localisation GPS et répondre à des questions portant sur les arbres. L’activité a lieu à l’automne et au printemps, de même qu’en hiver, à la différence, toutefois, que les participants se déplacent alors en raquettes.

LE COURANT PASSE ENTRE LES ENTREPRENEURS ET LA SADC PONTIAC

La SADC Pontiac faisait partie des bonnes fées qui veillaient aux premiers pas d’Escapade Eskimo. « La SADC Pontiac nous apporte son aide et son soutien depuis plusieurs années. Lors du démarrage de notre entreprise, elle a été présente pour nous aider à bâtir notre plan d’affaires ainsi que

pour nous donner des conseils sur les différentes aides financières disponibles. Tout au long des années qui ont suivi, la SADC nous a encouragés, en rendant nos dépliants accessibles aux voyageurs ainsi qu’en produisant elle-même des documents de promotion des activités touristiques dans la région. En 2010, pour la deuxième phase de notre développement, la SADC nous a apporté son appui financier pour la construction d’un pavillon d’accueil. Nous sommes très satisfaits du soutien et des encouragements que nous avons reçus de la SADC Pontiac pendant toutes ces années. Au nom d’Escapade Eskimo, à toute l’équipe de la SADC, nous disons un gros MERCI ! » résumant les conjoints propriétaires.

« Le concept novateur mis au point par Caroline Desrosiers et Sylvain Drapeau contribue de façon importante à accroître l’attractivité de notre région, à titre de destination de choix, auprès des visiteurs. Le dynamisme d’Escapade Eskimo se fait sentir sur l’activité économique locale et concourt à sa vitalité », estime la directrice générale de la SADC, M^{me} Louise Donaldson, qui précise que son équipe a travaillé en collaboration avec le Centre local de développement (CLD) Pontiac.

UNE BONNE MOISSON D’INITIATIVES

D’ailleurs, l’enthousiasme de leur entourage ainsi que l’intérêt de certains entrepreneurs locaux à voir Escapade Eskimo aller de l’avant ont compté pour beaucoup dans la détermination démontrée par les entrepreneurs au moment de franchir le pas. La première réalisation qui a permis à Caroline Desrosiers et à Sylvain Drapeau de partir sur des bases solides a été leur adhésion à Aventure écotourisme Québec, en 2004. La même année, les entrepreneurs ont créé un site Web, où les images prédominaient et qui mettait en valeur la dimension familiale et conviviale de leur entreprise. Ce site, jumelé à l’affiliation d’Escapade Eskimo à Tourisme Outaouais, en 2007, a accru considérablement la visibilité de l’entreprise. Puis, les initiatives se sont succédé en rafale : l’année 2008, par exemple, a été marquée par un partenariat avec la Forêt de l’Aigle³. En 2009, un partenariat fut également établi avec Réservation Outaouais et Aventure pure vie (Pure Life Adventures). « Tous ces partenariats sont prometteurs, parce qu’ils nous permettent de mieux faire connaître Escapade Eskimo et de lui assurer un meilleur positionnement dans le domaine du tourisme d’aventure », explique M. Drapeau.

De plus, Escapade Eskimo est membre de diverses associations, dont Tourisme Pontiac, l’Association des mushers du Québec⁴ et Tourisme Outaouais. Sylvain Drapeau et sa conjointe ont également pris une part active à la création de la Jeune chambre de commerce du Pontiac et se sont associés à Place aux jeunes en région, qui facilite la migration et le maintien des diplômés de 18 à 35 ans, en se consacrant, entre autres, à la promotion des entreprises de l’Outaouais.

3. La Forêt de l’Aigle est un milieu sauvage d’une superficie de 140 kilomètres carrés situé à proximité de Maniwaki et se prêtant à différentes activités de plein air.
4. Organisme s’adressant aux passionnés de chiens de traîneau.

HAUTE SURVEILLANCE POUR LA QUALITÉ DU SERVICE

Les entrepreneurs sont intransigeants sur la qualité du service. Ils ont d’ailleurs mis en place des procédures ainsi qu’un plan de gestion des risques, et ce, parce qu’ils exercent une activité jugée extrême. En outre, ils n’ont pas lésiné sur les moyens pour optimiser leur service à la clientèle : chaque fois que c’est possible, ils se déplacent pour faire vivre l’expérience d’une balade en traîneau à chiens, répondant ainsi aux besoins d’une clientèle particulière, qu’il s’agisse d’une garderie, d’une école ou d’un groupe de personnes présentant des déficiences physiques ou intellectuelles. Tous deux croient fermement au perfectionnement professionnel et au développement durable. En 2009, par exemple, dans le cadre de la Semaine des adultes en formation, ils ont donné une conférence qui leur a permis de partager leur passion et leur expérience en tant qu’entrepreneurs.

POUR AUJOURD’HUI ET POUR DEMAIN

Les conjoints continuent à aménager de nouveaux sentiers. De plus, ils se sont dotés d’un chenil et d’un parc à chiens. Ils peuvent recevoir les clients dans leur nouveau pavillon d’accueil et disposent maintenant d’un spa pour diversifier leurs forfaits. En outre, les clients reçoivent un cadeau qui est toujours très apprécié. Émotions garanties à tous coups : des photos et des vidéos, témoins des plus beaux moments de leur randonnée, leur sont remises sur DVD à la fin de l’activité.

Pour les futurs entrepreneurs, Caroline Desrosiers et Sylvain Drapeau représentent un exemple particulièrement convaincant de la possibilité pour chacun de réaliser ses aspirations en région. Sans oublier que l’entreprise qu’ils ont mise sur pied revêt une grande importance pour leur communauté. La plupart de leurs clients, en effet, découvrent l’Outaouais par son intermédiaire et y reviennent grâce à l’expérience inoubliable qu’ils y ont vécue. Enfin, comme si ce n’était pas assez, Escapade Eskimo contribue à l’essor d’autres activités, qu’il s’agisse de la restauration, de l’hébergement ou des services de proximité tels que les dépanneurs.



1. Données tirées de la publication *Le tourisme au Québec en bref – 2010*, p. 8 et 10, qui peut être consultée sur le site Web suivant : <http://www.tourisme.gouv.qc.ca/publications/media/document/etudes-statistiques/TQ-bref-2010.pdf>.
2. Rapport de recherche 2004-2007 de la Commission canadienne du tourisme.

LOUÉ SOIT LE FROMAGE DE CHÈVRE DE LA CABRIOLE !

L'inauguration de La Cabriole, le 12 août 2011, n'est pas passée inaperçue auprès des connaisseurs de fromage et autres *caséophiles* de l'Outaouais. D'autant plus que l'on soulignait tant le début des activités d'une nouvelle entreprise de transformation agroalimentaire que l'ouverture d'une toute première fromagerie dans la Vallée-de-la-Gatineau.

AVEC LE TEMPS

Établie à Montcerf-Lytton, à l'ouest de Maniwaki, la Fromagerie La Cabriole est la concrétisation d'un projet auquel les propriétaires, M^{me} Émilie Lemay et M. Raphaël Bédard, consacraient passablement d'énergie depuis 2008. « Nous voulions un travail qui nous permettrait de voir nos enfants grandir. Vivre de l'agriculture nous en donnait la possibilité. Après avoir obtenu plusieurs autorisations et fait de nombreuses démarches auprès de partenaires compétents, nous voilà présentement propriétaires d'une ferme caprine comprenant près de 100 chèvres laitières et d'une fromagerie qui produit plus de six variétés de fromage », souligne M^{me} Lemay.

DESSINE-MOI... UNE CHÈVRE

En fait, M. Bédard gagnait bien sa vie comme travailleur forestier, mais de ne pas voir chaque jour ses enfants, Hénok et Salomé, lui pesait. Et dans une région comme celle de Maniwaki, fortement dépendante de l'industrie du bois, les débouchés ne sont pas légion. Le couple en est venu rapidement à envisager de faire sa vie dans le secteur agroalimentaire, et de fil en aiguille, le projet de fabriquer du fromage à base de lait de chèvre a pris forme. Et puis, les entrepreneurs ne cachent pas qu'ils ont eu un coup de cœur pour la chèvre dont ils apprécient particulièrement le côté enjoué, voire taquin. À La Cabriole, d'ailleurs, les petites bêtes sont bichonnées. Chacune est examinée quotidiennement pour dépister la moindre maladie et, preuve de l'attachement des fromagers, elles ont toutes reçu un nom, à commencer par Marguerite, la mascotte de la fromagerie et la première chèvre du troupeau.

Les conjoints, tous deux à l'aube de la trentaine, fabriquent quelque 50 kilos de fromage par semaine. Outre du yogourt, ils offrent un cheddar en grains et en bloc, du fêta, une tomme, un cheddar de trois mois, un fromage à pâte molle et un chèvre frais. Les recettes ont été élaborées par M^{me} Lemay, qui a suivi une formation en fabrication artisanale de fromage au campus de Saint-Hyacinthe de l'Institut de technologie agroalimentaire. Elle désirait, pour ses produits, une saveur très subtile; elle voulait éviter le goût un peu trop prononcé, si caractéristique du lait de chèvre, qui rebute plus d'un amateur de fromage.

BIENTÔT DANS UNE CUISINE PRÈS DE CHEZ VOUS

Après plusieurs essais et avec la complicité de son conjoint, dont les talents de goûteur ont été mis à contribution, elle a réussi avec brio. À telle enseigne qu'un fin palais aurait peine à dire, en goûtant le fromage en grains de La Cabriole, qu'il ne contient que du lait de chèvre. Pour l'instant, il faut obligatoirement se rendre à Maniwaki pour se procurer ces créations fromagères au supermarché Métro, à la boulangerie La mie sous la croûte et à la Boucherie à l'Ancienne. Les fromages font également leur entrée dans la cuisine de certains restaurants locaux. Toujours à Maniwaki, on trouve une poutine au fromage de chèvre et à la sauce au porto qui fait saliver gourmets et gourmands et leur donne un aperçu du paradis !

DES VALEURS SOLIDES

Émilie Lemay et Raphaël Bédard sont des entrepreneurs très réfléchis. C'est par choix qu'ils entendent garder un statut d'artisans fromagers. Pas question de transformer leur fromagerie en grande entreprise. Cette vision des affaires n'a pas toujours été facile à faire comprendre, et nombreux sont ceux qui ont engagé les propriétaires de La Cabriole à prendre de l'expansion. Mais les conjoints restent fidèles à leur idée première, qui leur réussit si bien jusqu'à présent. Ils se considèrent comme chanceux d'avoir un style de vie qui concilie parfaitement travail et valeurs familiales. « Notre ferme et notre fromagerie constituent un milieu naturel où il fait bon élever nos enfants. Au fond, La Cabriole, c'est une exploitation agroalimentaire qui a conservé un visage humain », explique M. Bédard.

EN ROUTE POUR LA SADC

Quand M^{me} Lemay et M. Bédard se sont présentés à la SADC Vallée-de-la-Gatineau, ils avaient déjà leur plan d'affaires. Les conseillers se sont alors centrés sur l'accompagnement qu'ils pouvaient donner aux conjoints pour la mise en marché de leurs fromages. Des prévisions financières fiables leur ont également été fournies. « Il y a très peu d'entreprises de transformation agroalimentaire dans la Vallée-de-la-Gatineau. L'équipe de la SADC était donc très fière de pouvoir aider des jeunes des plus sympathiques à en mettre une nouvelle sur pied. Appuyer deux entrepreneurs en herbe, qui ne manquent pas d'idées et qui ont une vision très claire de ce qu'ils veulent accomplir, c'est une expérience stimulante qui se renouvelle chaque fois que nous les rencontrons », résume le directeur général de la SADC Vallée-de-la-Gatineau, M. Pierre Monette, qui précise que son équipe continue d'offrir des services de conseil.

« LE TEMPS N'A PAS LA MÊME ALLURE POUR TOUT LE MONDE »

William Shakespeare

Le troupeau de La Cabriole produit présentement assez de lait pour répondre à la demande; les propriétaires n'ont donc pas à en acheter d'une autre ferme caprine. Les fromagers vendent actuellement au marché Métro d'Aylmer ainsi qu'à Saint-Sauveur et à Mont-Tremblant. Ils envisagent aussi d'étendre la distribution de leurs produits à toute la région de Gatineau. Mais, à leurs yeux, rien ne presse. Ce qu'ils veulent éviter à tout prix, c'est la rupture de stock en sautant des étapes. Et puis, les projets sont à l'image des fromages, il faut prendre le temps de les affiner.

SE FAIRE CONNAÎTRE POUR SE FAIRE RECONNAÎTRE

La création d'une première fromagerie dans la Vallée-de-la-Gatineau est source de fierté à l'échelle régionale. Les fromages, qu'ils se nomment le *Montcerfois*, la *Tomme du Draveur* ou la *Brise sauvage*, sont la preuve éclatante qu'il est possible de mettre en marché d'excellents produits agroalimentaires transformés dans la région. D'ailleurs, au premier 5 à 7 de l'industrie touristique val-gatinoise, organisé par Tourisme Vallée-de-la-Gatineau, le 1^{er} décembre 2011 à l'hôtel Château Logue de Maniwaki, les produits de La Cabriole étaient en vedette lors d'une dégustation de vins et fromages.

Par ailleurs, la fromagerie a été choisie pour représenter l'Outaouais au 3^e rallye virtuel *Entreprends-toi.ca*, organisé par le Réseau des carrefours jeunesse-emploi du Québec (RCJEQ), en novembre 2011. Rappelons que cette activité, qui permet au public de voter sur Internet pour choisir le jeune entrepreneur le plus inspirant du Québec, se tient dans le cadre de la Journée nationale de la culture entrepreneuriale (JNCE), célébrée annuellement le 16 novembre.

Il est possible de visiter la ferme caprine les jeudis, vendredis et samedis, de mai à septembre, et la fromagerie, les mêmes jours pendant toute l'année. Alors, la prochaine fois que vous serez dans l'Outaouais, prenez la route 105, tapez, sur votre GPS 105, *chemin du 3^e Rang Sud, Montcerf-Lytton*, et votre système de localisation vous conduira tout droit à La Cabriole, où, si vous êtes chanceux et qu'elle n'est pas au pâturage, Marguerite vous accueillera !



À MACAMIC, DES FROMAGES DE CHÈVRE ONT LE GOÛT DU SUCCÈS

Parmi les personnages les plus connus imaginés par Alphonse Daudet dans les *Lettres de mon moulin* figure très certainement la chèvre Blanquette, « avec ses yeux doux et sa barbiche de sous-officier ». À Macamic, s'il y a quelqu'un qui comprend et partage l'affection de Monsieur Séguin pour les chèvres, c'est bien Guillaume Lemieux, qui en possède cent de différentes races et dont la ferme est en passe de devenir une entreprise phare du secteur agroalimentaire de la région de l'Abitibi-Ouest.

CONCRÉTISER SON RÊVE

La valeur n'attend pas le nombre des années, entend-on souvent. Cette maxime s'applique à merveille à M. Lemieux. À peine sorti, diplôme en poche, de l'Institut de technologie agroalimentaire, Campus de Saint-Hyacinthe, il se découvre une passion en visitant la Fromagerie Dion, au Témiscamingue. La propriétaire d'alors, M^{me} Gilberte Pelchat-Dion, ne lui cache pas une certaine lassitude après 23 ans à la barre de son entreprise et lui fait part de son regret de ne pas avoir de relève.

Pour Guillaume, c'est l'élément déclencheur. Il ne tarde pas, en 2009, à se porter acquéreur de l'établissement – qu'il installe dans de nouveaux locaux à Macamic –, du troupeau caprin, des équipements et des recettes, dont celle du *Délice nature*, un produit-vedette qui a remporté, en 1999, le premier prix Caseus au Festival des fromages fins de Warwick. Outre le *Délice nature*, la fromagerie offre à sa clientèle du yogourt, du lait et divers types de fromages, dont du fêta, du cheddar frais ou vieilli ainsi que du fromage à tartiner et en grains.

UN SOUTIEN AU CARREFOUR DE LA RELÈVE ET DU MENTORAT

Pour concrétiser son projet, Guillaume Lemieux a pu compter sur la SADC d'Abitibi-Ouest, dont l'équipe a toujours une oreille attentive pour les initiatives favorisant les activités de transformation et à valeur ajoutée, particulièrement dans le secteur agroalimentaire, la relève en entreprise et la mise en œuvre d'une démarche de mentorat comme facteur de développement et de croissance des entreprises.

« Le soutien apporté à M. Lemieux par la SADC d'Abitibi-Ouest est de divers ordres. Qu'il s'agisse de financement pour la mise en place de sa fromagerie ou de conseils techniques pour la construction de son plan d'affaires, l'analyse de ses coûts de production et l'examen de ses processus de gestion, nous avons toujours répondu présents », souligne la directrice générale de la SADC d'Abitibi-Ouest, M^{me} Thérèse Grenier.

On ne se lance pas dans la production fromagère du jour au lendemain. Au départ, Guillaume Lemieux possédait une solide connaissance du monde agricole. En outre, à l'intérieur d'une démarche de mentorat des plus fructueuses, il a pu puiser dans la grande expérience acquise par M^{me} Pelchat-Dion, qui a généreusement accepté de guider les pas du jeune entrepreneur de 25 ans pendant quelques mois, le temps qu'il vole de ses propres ailes. Difficile de trouver meilleur terreau pour y faire croître le succès.

COMMERCIALISATION ET INNOVATION FONT L'OBJET DE BEAUCOUP D'ATTENTION

L'entreprise se démarque de ses concurrents en produisant et en transformant ses produits à la ferme même. C'est d'ailleurs le seul centre de transformation à valeur ajoutée du secteur caprin dans la région de l'Abitibi-Témiscamingue. Le fromager s'assure ainsi de la grande qualité de ses produits et ne dépend d'aucune ressource extérieure pour effectuer les contrôles qu'il juge nécessaires. Par ailleurs, la fromagerie de M. Lemieux est parfaitement intégrée dans un réseau de distribution, de sorte qu'on trouve ses fromages caprins à peu près partout dans la région. Et pour les amateurs et les connaisseurs qui le veulent, il leur est toujours possible de se rendre à la ferme pour y faire leurs achats.

On l'aura deviné, l'expression *Se reposer sur ses lauriers* ne se trouve pas dans le dictionnaire de Guillaume Lemieux. « Je travaille constamment à élaborer une formule alimentaire qui influera sur le lait des chèvres et qui reflétera fidèlement les saveurs de l'Abitibi-Ouest dans les produits », affirme-t-il. Il sait également faire preuve d'innovation pour bonifier ses recettes et en élaborer de nouvelles. Enfin, puisque l'essor d'une entreprise ne doit jamais être laissé au hasard, il redouble d'énergie pour développer d'autres marchés.

COUP DE POUCE À L'ÉCHELLE LOCALE

Les activités d'une entreprise de transformation telle que la fromagerie de Guillaume Lemieux représentent tout un atout pour l'économie locale. Elles ont ainsi permis de créer 1,5 emploi à Macamic. De plus, la nouvelle production fromagère vient enrichir et diversifier le secteur agricole, en plus de contribuer à la consolidation des différents services gravitant autour de la fromagerie. Par ailleurs, la chèvrerie et la fromagerie constituent des apports de choix à l'attractivité touristique de l'Abitibi-Ouest.

S'agissant de sa démarche entrepreneuriale, M. Lemieux apprécie de façon particulière le fait de travailler en réseau pour multiplier les expertises. Il est d'ailleurs persuadé que l'agroalimentaire est un domaine qui évolue rapidement et qui fait face à des défis inédits. C'est pourquoi il cherche constamment à parfaire sa formation. « Sa vision n'a rien de statique et le pousse à relever de nouveaux défis, et ce, pour que l'avenir de sa fromagerie soit brillant et non menaçant », conclut M^{me} Grenier.



UN PARTENARIAT À HAUTE VALEUR AJOUTÉE

Savez-vous que le premier brevet canadien fut attribué, en 1791, par le gouverneur de Québec d'alors à Samuel Hopkins et à Angus MacDonnel qui avaient inventé un procédé pour faire de la potasse et du savon à partir de cendres de bois¹? Il y a donc longtemps que l'industrie du bois et de ses produits dérivés représente un levier de développement économique dans plusieurs régions du Québec. Aujourd'hui, à Barraute, en Abitibi-Témiscamingue, l'entreprise Les Bois G.L.A. inc. joue un rôle moteur dans la collectivité.

EN PROGRESSION CONSTANTE

Les Bois G.L.A. sont spécialisés dans la deuxième et troisième transformation du bois. Bien établie dans ce créneau depuis 1989, l'entreprise fabrique des boîtes d'échantillonnage et des composants de palettes de manutention. Elle offre également des services de rabotage, d'éboutage et de refente de pièces de bois de formats divers. L'usine occupe un emplacement stratégique, entourée de plusieurs scieries qui lui assurent un approvisionnement constant en matière ligneuse.

Au départ, trois frères se partageaient la propriété des Bois G.L.A. Au fil des ans, M. Lévis Bourque en vient à racheter les parts de ses deux frères. Par la suite, ses deux fils, Éric et Dave, quittent chacun leur emploi pour répondre à l'appel de l'entrepreneuriat en se joignant à lui. L'entreprise poursuit sa mission tout en intensifiant ses opérations. Alors qu'elle n'était en activité qu'à certaines périodes de l'année, elle fonctionne dorénavant à temps plein et compte vingt employés, répartis entre deux quarts de travail. Ce qui en fait une composante importante du tissu économique de Barraute.

PROACTIVITÉ, LE MOT CLÉ

Si l'on demandait aux membres de la famille Bourque de se décrire en tant que gestionnaires, un mot s'imposerait : *proactivité*. S'il y a une chose pour laquelle M. Bourque et ses fils n'ont aucune affinité, c'est de se laisser entraîner au gré des courants. Au contraire, sur le grand échiquier de leur secteur d'activité, ils planifient quelques coups d'avance. Pour eux, faire prendre de l'expansion à leur entreprise demeure un travail permanent, où il est impossible de faire relâche.

CONTRER LA CRISE FORESTIÈRE

Cette vision a reçu sa récompense : Les Bois G.L.A. n'ont pour ainsi dire pas été touchés par la crise forestière, alors que d'autres entreprises du même secteur ont été contraintes de se restructurer de façon draconienne ou de fermer leurs portes. Encore une fois, le maître mot de cette performance est *planification*. En effet, il y a longtemps que cette PME, soucieuse de satisfaire aux impératifs du contexte économique mondial, a entrepris de diversifier ses activités. De plus, pour se mettre à l'abri des intempéries, elle a acquis une expertise unique dans son domaine, ce qui lui permet encore aujourd'hui de se démarquer de la concurrence. Enfin – élément non moins important –, les dirigeants de Bois G.L.A. n'ont négligé aucun effort pour gagner et garder la confiance de leurs nombreux clients. Résultat : le flot des commandes n'a jamais été interrompu.

UNE ENTREPRISE QUI PARIE SUR L'ENTRAIDE

À Barraute, Les Bois G.L.A. sont bien plus qu'un acteur économique. Ses actionnaires se font un point d'honneur de s'impliquer dans les organismes et les activités communautaires. Ce faisant, ils ont à cœur de redonner avec générosité ce qu'ils ont reçu et de contribuer à la cohésion de la collectivité. Il s'agit d'un allié de poids dans la mission que poursuit la SADC Barraute-Senneterre-Quévillon en vue de stimuler la vitalité des collectivités et d'en faire des milieux de vie dynamiques.

UNE RELATION QUI RENFORCE L'EXPERTISE DES DEUX PARTENAIRES

Pour sa part, la SADC Barraute-Senneterre-Quévillon est fière d'avoir pris part à l'essor des Bois G.L.A. Elle est d'ailleurs en constante relation avec elle, et la raison en est bien simple : l'entreprise et ses dirigeants sont un vivier d'initiatives novatrices. C'est pourquoi, au cours des ans, l'aide de la SADC a revêtu diverses formes. Ainsi, du financement a été consenti quand l'entreprise a décidé d'aller de l'avant avec l'agrandissement de son usine et la construction d'un garage chauffé attenant,

ce dernier projet étant une condition essentielle au fonctionnement des machines par temps froid et, donc, de la poursuite des activités pendant tout l'hiver. La SADC a également tenu à s'associer de près à la réalisation d'études et à des travaux en matière de recherche et de développement. D'ailleurs, M. Éric Bourque n'y va pas par quatre chemins pour qualifier le soutien dont il bénéficie : « Sans les interventions de la SADC Barraute-Senneterre-Quévillon, notre entreprise n'aurait pas connu une telle croissance depuis quelques années. Jamais elle n'aurait pu se hisser là où elle se trouve maintenant dans son secteur. »

En outre, la SADC fournit conseils et appui, avec une véritable valeur ajoutée, à la direction des Bois G.L.A. dans le but de faciliter le développement de nouveaux produits et services, processus crucial qui, plus que jamais, permet à une entreprise de garder la tête au-dessus de l'eau et d'assurer sa pérennité. La SADC a également mis des ressources à la disposition des Bois G.L.A. pour l'embauche de travailleurs expérimentés et la définition des formations nécessaires à l'exercice des activités de l'entreprise. Une collaboration fructueuse que le directeur général de la SADC Barraute-Senneterre-Quévillon, M. Marc Hardy, résume ainsi : « Notre organisme est fier de compter une entreprise telle que Les Bois G.L.A. parmi ses clients. Avec une relève solidement installée, elle montre le chemin à suivre pour atteindre de nouveaux paliers de croissance. »



1. Information tirée de l'intervention de la présidente de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada, M^{me} Mary Corman, lors de la 84e assemblée annuelle de l'Institut de la propriété intellectuelle du Canada, à Québec, le 14 octobre 2010. (<http://www.cipo.ic.gc.ca>).

AVEC DES SCIES, ON VA... À AMOS

Par quel nom désigne-t-on, selon la définition du *Grand dictionnaire terminologique*, le dispositif de coupe mécanique des arbres, monté à l’extrémité d’une flèche d’abattage et muni de bras préhenseurs ainsi que d’un outil de coupe actionnés à l’aide de vérins hydrauliques¹?

Si vous ignorez la réponse, ne vous en faites pas. Mais si vous passez par Amos, en Abitibi-Témiscamingue, demandez à voir M. Normand Roy, président de GN Roy, qui maîtrise le sujet à la perfection. L’entreprise, qu’il a fondée en 1984, s’est fait une spécialité de cet équipement, la tête abatteuse, et en fabrique aujourd’hui l’une des plus performantes au monde.

L’APPEL DE L’EXCELLENCE

Au départ, la PME centrait ses activités sur la réparation d’équipements forestiers, tels que les têtes abatteuses, les ébrancheuses ou les débusqueuses. « Au cours des ans, quelques clients m’ont demandé de concevoir des dispositifs pour améliorer la durabilité de leurs machines ainsi que pour faciliter leur entretien et leur fonctionnement. C’est ainsi que le projet de développer une tête d’abattage a germé dans mon esprit », explique M. Roy.

Avec son équipe, il se met donc au travail. Ses efforts sont couronnés de succès en 1998, alors qu’est lancée une tête abatteuse, dont quelque 300 exemplaires seront vendus. Un équipement pour lequel un acheteur doit déboursier entre 85 000 et 95 000 \$.

DEUXIÈME GÉNÉRATION

En 2008, au terme de travaux de recherche-développement réalisés pendant la crise forestière, GN Roy met en marché une nouvelle gamme de têtes abatteuses, la série 5000, comprenant quatre modèles. Cet équipement tranche sur le précédent par son système de rotation de 360° et sa capacité de s’incliner à 45 %. Comme elle est puissante, fiable et polyvalente, et qu’elle permet à l’opérateur de couper l’arbre à partir de différents angles et d’atteindre une grande efficacité dans son travail, la nouvelle tête GN Roy compte de plus en plus d’utilisateurs au Québec, en Ontario, dans les Maritimes et même aux États-Unis.

« Notre entreprise prend des mesures pour gagner de nouvelles parts de marché. Chaque fois que le jeu en vaut la chandelle, nous participons aux salons commerciaux et aux foires-expositions », souligne la conjointe de M. Roy et vice-présidente de la PME amossoise, M^{me} Guylaine Carignan. De plus, une percée a été tentée au Chili, mais il s’agissait surtout, dans un premier temps, de reconnaître le terrain. Le projet est mis en attente pour l’heure, mais il pourrait prendre de l’ampleur dans le futur.

HARMONIE, OUI; UNIFORMITÉ, NON

La PME, dont la croissance présente un bulletin de santé remarquable depuis les tout premiers débuts, est dirigée par le fondateur et sa conjointe. Dans leur cas, il serait plus approprié de qualifier leur gestion de direction bicéphale, puisque toutes les décisions touchant le développement de GN Roy sont prises à l’unisson et assumées en collégialité.

Rien d’étonnant à cela, car les conjoints se complètent parfaitement, une caractéristique qui n’est pas à négliger pour expliquer la justesse de leur vision entrepreneuriale. Doté d’un esprit curieux, s’intéressant à un nombre incalculable de questions et faisant preuve d’ingéniosité, Normand Roy affiche une nette préférence pour les tâches manuelles. À ces qualités se greffe une capacité de travail peu commune, grâce à laquelle, depuis qu’il est dans les affaires, il n’a jamais compté ses heures ni ménagé ses efforts. Il a à cœur de satisfaire aux besoins de ses clients, tout en assurant le bien-être des ressources humaines de l’entreprise. Si c’est en forgeant qu’on devient forgeron, en ce qui concerne M. Roy, c’est en exerçant son métier exigeant qu’il a développé de grandes aptitudes de chef d’entreprise, qui lui permettent aujourd’hui de préconiser une gestion placée sous le signe de la collaboration.

Par ailleurs, sur le plan personnel, ceux qui côtoient M. Roy gardent en mémoire sa générosité. Il lui arrive en effet souvent de donner un coup de main à un membre de sa famille qui possède une exploitation agricole dans la région. À maintes reprises, aussi, il dégage, de ses tâches habituelles, un membre de son personnel afin qu’il puisse faire du travail communautaire, et plus précisément, qu’il soit en mesure de bien conseiller de jeunes entrepreneurs dans une relation mentor-mentoré.

Cérébrale, Guylaine Carignan est dotée d’un esprit cartésien et systématique. Autant de qualificatifs qui la décrivent à l’œuvre au sein de l’entreprise. C’est donc elle qui voit à l’administration et à la comptabilité de la PME. Femme sympathique, elle possède un sixième sens quand vient le temps de s’entourer d’une équipe en qui elle a pleinement confiance.

APPUYER UNE ENTREPRISE QUI SORT DU RANG

La compagnie GN Roy est devenue cliente de la SADC Harricana en 2010, mais depuis ce temps, les deux sont en liaison constante. « Pour notre SADC, fait remarquer le directeur général de la SADC Harricana, M. Éric Laliberté, GN Roy occupe une place importante parmi toutes nos interventions. L’entreprise offre, en effet, un produit distinctif et fortement novateur, grâce auquel elle fait rayonner le savoir-faire de l’Abitibi-Témiscamingue en matière de foresterie. »

Cette entreprise est une figure emblématique de l’économie axée sur le savoir et la technologie vers lesquelles les régions du Québec sont appelées à se tourner. En 2010, par exemple, elle a fait l’acquisition d’un centre d’usinage et d’un tour à commande numérique par ordinateur, en vue d’accroître sa capacité de production et d’améliorer sa productivité. « En d’autres mots, nous avons pris les moyens pour nous battre à armes égales contre des concurrents qui évoluent sur la scène internationale », confie le président. Au cours des ans, l’essor de la PME a ouvert la porte à la création de dix-sept emplois à temps plein, ce qui représente une masse salariale importante dans la collectivité d’Amos.

Du financement a été consenti à l’entreprise pour lui permettre de prendre part à des foires commerciales et d’entreprendre des démarches en vue de pénétrer le marché du Chili; un conseiller de la SADC a d’ailleurs travaillé aux côtés de M^{me} Carignan pour la réalisation de cette initiative. Des conseils de nature technologique ont également été offerts à la PME, et la SADC a aidé M. Roy et M^{me} Carignan à retenir les services d’un consultant pour les épauler dans leur projet d’expansion.

Comme on le pense bien, GN Roy, qui a réussi son virage technologique et dont les produits novateurs font parler d’eux avec éloges, constitue une source de fierté pour la collectivité d’Amos.



1. OFFICE QUÉBÉCOIS DE LA LANGUE FRANÇAISE, *Le grand dictionnaire terminologique* (<http://www.granddictionnaire.qc.ca>).

IL FAUT BIEN PLUS QUE DE L'ASSURANCE POUR RACHETER UNE ENTREPRISE

À Rouyn-Noranda, en 2010, des entrepreneurs désireux de prendre une retraite bien méritée ont vendu leur entreprise à deux employés cadres qui se sentaient prêts à s'établir à leur compte.

Jusque-là, direz-vous, rien de bien étonnant, puisqu'un grand nombre d'entrepreneurs ont emprunté la même route au cours des dernières années ou s'apprentent à passer la main dans un avenir rapproché. Ici, cependant, la transaction était moins courante, puisqu'il s'agissait d'un cabinet d'expertise en règlement de sinistres, Les Réclamations du Nord-Ouest.

DES PARAMÈTRES DIFFÉRENTS

Quand l'entreprise transférée possède un actif, un stock, un bâtiment et des équipements, les risques d'anicroche pendant la transaction sont considérablement réduits. Dans le cas présent, à la place de l'actif, le cabinet disposait de clients et il présentait un potentiel de maintenir cette clientèle. Est-il besoin de préciser que dans ces conditions, il était difficile d'offrir des garanties aux prêteurs? D'ailleurs, trouver ceux-ci n'avait rien d'une sinécure. De plus, le fossé entre les vendeurs et les acheteurs semblait s'élargir du fait que ces derniers devaient obligatoirement être titulaires de certifications et de permis, en plus d'avoir une formation spéciale pour pouvoir exploiter ce type d'entreprise de service. La solution à ces problèmes se trouvait pourtant à Rouyn-Noranda même.

LA FORMULE GAGNANTE? PAS ENCORE...

En effet, M^{me} Annie Mercier et M. Jonathan Caron, tous deux occupant des postes clés au sein de la compagnie Les Réclamations du Nord-Ouest, veulent acquérir l'entreprise, et les propriétaires ne demandent pas mieux que de la leur vendre. En outre, M^{me} Mercier a une attestation d'études collégiales (AEC) en assurance de dommages et elle est certifiée par l'Autorité des marchés financiers en assurance des particuliers et des entreprises. Quant à M. Caron, il est titulaire d'un diplôme d'études collégiales (DEC) en conseil en assurances et en services financiers, en plus d'avoir acquis une solide expérience dans le domaine de l'assurance et de la gestion. Il y avait donc concordance parfaite entre le profil des employés et celui de l'acquéreur recherché. Le problème du financement restait toutefois entier. Du moins, jusqu'à ce que la SADC de Rouyn-Noranda le prenne en charge.

En effet, la SADC avait examiné la situation et en était venue à la conclusion que les acheteurs satisfaisant aux exigences de certification ou de permis étaient plutôt rares sur le territoire de l'Abitibi-Témiscamingue. À l'instar d'autres organismes socioéconomiques, elle craignait donc que le cabinet ne soit acquis par une entreprise extérieure et géré à partir d'un grand centre urbain. C'était le temps d'agir, d'autant plus que la SADC de Rouyn-Noranda disposait de l'instrument financier tout désigné pour la situation.

Les nouveaux dirigeants de l'entreprise Les Réclamations du Nord-Ouest souhaitent souligner l'implication de la SADC dans la réalisation de leur ambitieux projet. « Par son accompagnement et son soutien constant, la SADC a été un partenaire financier important pour l'entreprise, mais aussi un collaborateur qui a cru en la réussite du projet, et surtout en la détermination de ses jeunes actionnaires. Nous remercions toute son équipe de la confiance qu'elle nous a témoignée », précisent les promoteurs Annie Mercier et Jonathan Caron.

UNE PASSERELLE ENTRE L'ENTREPRENEUR ET L'ENTREPRISE

L'intervention financière de la SADC s'est faite dans le cadre du Fonds de démarrage et de relève d'entreprise. Cette mesure est, en effet, dotée d'un volet permettant le transfert du contrôle juridique et opérationnel d'une entreprise afin de maintenir la pérennité du centre décisionnel et de conserver les emplois dans une collectivité. Mis en place avec l'objectif de stimuler l'économie du Québec, le Fonds est assorti d'une enveloppe de 6 M\$ consentie par le gouvernement du Canada, par l'entremise de Développement économique Canada (DEC). Il est mis en œuvre grâce à la participation du Capital Réseau ainsi que du Réseau des SADC et CAE.

En ce qui touche précisément le transfert du cabinet Les Réclamations du Nord-Ouest, le Fonds régional de solidarité FTQ a tenu à s'associer à l'initiative en allouant 2 \$ pour chaque dollar investi par la SADC et les deux entrepreneurs. De plus, M^{me} Mercier a bénéficié d'un financement d'Entreprise autochtone Canada. Une fois toutes les conditions remplies, les acquéreurs sont devenus propriétaires de leur entreprise en avril 2010. Ils ont, de plus, la chance de pouvoir bénéficier pour quelques années encore des conseils des vendeurs, trop heureux de les prendre sous leur aile.

ÉLOGE DE LA DÉTERMINATION

Tout au long du processus de transfert de l'entreprise, la SADC de Rouyn-Noranda a eu maintes fois l'occasion d'apprécier la détermination et la débrouillardise des jeunes entrepreneurs, qui n'avaient pas encore 30 ans à ce moment-là. « Pour obtenir l'aide dont ils avaient besoin, qu'elle soit financière ou technique, M^{me} Mercier et M. Caron ont tout fait par eux-mêmes, tandis que la firme CC Consultants leur a apporté son aide pour la rédaction du plan d'affaires. Le projet d'acquisition était pour ainsi dire tout ficelé. Notre rôle a surtout consisté à aider les acquéreurs à cheminer dans un processus complexe, à leur faire voir tous les aspects de la transaction qu'ils allaient conclure, bref, à leur faire préparer l'avenir de leur entreprise », affirme le directeur général de la SADC de Rouyn-Noranda, M. Jocelyn Lévesque.

GARDER L'EXPERTISE SUR PLACE

L'entreprise Les Réclamations du Nord-Ouest exerce ses activités dans un secteur qui demande une expertise pointue. Elle se voit confier par les assureurs le mandat d'enquêter sur les sinistres subis par leurs clients. Sa tâche consiste alors non seulement à déterminer la cause du sinistre, mais également à évaluer le montant des dommages et, pour boucler la boucle, à négocier le règlement.

Douze mois environ après l'acquisition, Annie Mercier et Jonathan Caron se sont révélés d'excellents gestionnaires. À telle enseigne qu'ils ont fait mentir les prévisions qui leur avaient été fournies, puisque leur chiffre d'affaires a progressé et que trois emplois sont venus s'ajouter aux six que le cabinet comptait déjà. Leur entreprise s'est démarquée dans la catégorie Transmission d'entreprise, du volet Création d'entreprise, lors du Gala du 13^e Concours québécois en entrepreneuriat, tenu à Rouyn-Noranda, le 12 avril 2011.

Autre élément important : l'expertise développée en règlement de sinistres est demeurée en Abitibi-Témiscamingue. Le déménagement de l'entreprise aurait infailliblement entraîné une baisse de qualité pour ce qui est du service offert aux victimes de sinistre. En fin de compte, le transfert de l'entreprise s'est fait à la satisfaction de tous.

L'USINE LVL GLOBAL : RADIOGRAPHIE D'UN PROCESSUS DE RELANCE

En septembre 2008, la petite communauté de Ville-Marie, dans la région de l'Abitibi-Témiscamingue, était en état de choc : l'usine Temlam, qui appartenait à Tembec et à la Société générale de financement, et qui produisait des composantes de placages de bois lamellé, est en faillite et ferme ses portes.

La conjoncture économique d'alors et l'affaissement du marché de la construction résidentielle aux États-Unis sont pointés du doigt. Quelque 120 travailleurs se retrouvent en chômage. La question qui était sur toutes les lèvres était de savoir si la collectivité avait lancé la serviette ou si une volonté allait s'exprimer pour assurer la reprise des activités de l'usine.

LA RELANCE S'ORGANISE

Après quelques mois, le syndicat des ex-travailleurs de Temlam se met en rapport avec la SADC du Témiscamingue et la municipalité régionale de comté (MRC) de Témiscamingue pour obtenir leur appui au comité de relance de l'usine qui vient d'être mis sur pied. Composé de gens d'affaires et d'anciens employés, ce comité est placé sous la direction du président du syndicat, du maire d'alors, M. Sylvain Trudel, et du président de la Société de développement du Témiscamingue, M. Claude Gagnon, qui en assume la présidence.

La SADC prend la balle au bond et s'attelle à la tâche de trouver des ressources humaines et financières pour évaluer la faisabilité du projet de remise en marche de l'établissement. « Ce qui constitue le point fort de cette initiative, c'est justement la mobilisation des ressources à laquelle elle a donné lieu. Le milieu témiscamien n'a jamais hésité à s'investir dans une démarche exigeante dont l'issue aurait un impact considérable sur la santé économique de la communauté », fait observer le directeur général de la SADC du Témiscamingue, M. Guy Trépanier. Ce mandat va amener la SADC à œuvrer en partenariat avec le Centre local de développement (CLD), Développement économique Canada (DEC) et le ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation du Québec (MDEIE).

La SADC pousse plus loin son rôle en engageant ses propres ressources. Elle consent, en effet, du financement à l'étape des travaux de préparation à la reprise des activités. Ses conseillers prêtent leur concours à l'élaboration du plan d'affaires et au montage financier. Leur expertise est également mise à contribution par les membres du comité de relance pour assurer la mise en réseau des partenaires.

DES CIBLES À ATTEINDRE

Un plan de travail est alors minutieusement dressé. Le comité désire, en premier lieu, valider si l'approvisionnement en matière ligneuse est toujours possible à la suite de la fermeture de Temlam. Ensuite, il juge essentiel de connaître le potentiel du marché pour les produits fabriqués avant la fermeture. L'exercice aura également comme objectif de fournir de précieuses informations sur les tendances dans le secteur du bois architectural. Enfin, comme dernière étape, le comité souhaite faire vérifier les infrastructures et les équipements de l'usine LVL afin d'avoir une vue d'ensemble des modifications qui pourraient devoir y être apportées. Dès le dépôt du rapport de travail, il devient clair que si l'usine rouvre ses portes, la rentabilité sera au rendez-vous.

Motivé par cette perspective, le comité de relance va sonder l'intérêt de la communauté d'affaires locale à s'associer à ce projet par une mise de fonds, une opération qui est couronnée de succès puisque près d'une vingtaine d'entrepreneurs, venant aussi bien du secteur de la construction et

de l'immobilier que du commerce de détail, acceptent d'investir entre 25 000 et 100 000 \$. Parallèlement, le comité propose au syndicat d'être également partie prenante en formant une coopérative de travailleurs actionnaires, après que ses membres auront retrouvé leur emploi. Les ex-employés, désireux d'investir dans leur gagne-pain, se rallient à l'idée d'une participation qui contribuera à assurer l'avenir de l'usine LVL et la pérennité des emplois.

UNE USINE REMISE SUR LES RAILS GRÂCE À LA SOLIDARITÉ

En 2010, le comité met sur pied une société privée pour acquérir et remettre en activité l'établissement. Il a recueilli, en effet, 8 M\$, dont 2 M\$ proviennent du milieu des affaires du Témiscamingue. L'apport de la coopérative des travailleurs sera, quant à lui, de 150 000 \$. La SADC du Témiscamingue a elle aussi investi dans ce projet, et ce, par l'intermédiaire du Fonds Relève du Réseau des SADC et CAE. « L'usine appartient maintenant à des gens de la région et, encore mieux, les décisions d'affaires se prendront désormais à l'échelle locale. Les Témiscamiens ont fait, tout au long du processus de remise en route de LVL, une belle démonstration d'entraide et de solidarité », souligne le président du comité de relance, M. Claude Gagnon.

La nouvelle usine LVL Global a commencé ses opérations en novembre 2010, ce qui a permis d'offrir immédiatement quelque 85 emplois directs et 40 indirects – ces derniers, notamment, pour l'approvisionnement en matières premières. Pour l'instant, l'entreprise fabrique les mêmes produits qu'avant sa fermeture. Mais pour qu'elle demeure longtemps en activité, ses dirigeants sont persuadés qu'un programme de recherche-développement devra être mis en œuvre afin de concevoir une nouvelle génération de produits, plus novateurs et possédant une plus grande valeur ajoutée. Au fond, le défi se résumera, au cours des prochaines années, à faire plus et mieux à la fois.

L'AVENIR SE PLANIFIE

À l'heure des bilans, il convient de faire remarquer que la méthode de travail privilégiée par le milieu a fait toute la différence. En effet, on a fait le choix de sortir des sentiers battus et d'investir en amont pour valider le projet. Cette façon de faire a permis de mener des études sérieuses, propres à convaincre d'éventuels investisseurs. Il est clair que le redémarrage de l'usine sera bénéfique à l'économie du Témiscamingue et qu'il pourrait même paver la voie à la réalisation d'autres projets, qui seront à leur tour source de vitalité pour les collectivités.

IL FAIT LE CHOIX DE LA SAVEUR RÉGIONALE POUR SA CHARCUTERIE

En 2004, quand M. Serge Grenier a pendu la crémaillère de son établissement, *Au grenier des saveurs*, à Val-d'Or en Abitibi-Témiscamingue, ce n'était pas un coup de tête et encore moins un engouement pour la nouveauté. Le propriétaire, au contraire, fignolait son projet depuis deux ans et, comme la charcuterie qu'il offre maintenant à sa clientèle, il s'était assuré d'avoir tous les ingrédients du succès.

« Mettre sur pied une entreprise, couvrir tous les angles et tenter de prévoir même l'imprévisible, c'est un travail en soi, qui ne doit jamais être pris à la légère », assure-t-il en connaissance de cause.

METTRE EN VALEUR LES ACQUIS DE L'EXPÉRIENCE

M. Grenier n'abordait pas cette aventure les mains vides. Ayant été propriétaire exploitant d'un supermarché jusqu'en 2001, il jouissait d'une expérience impressionnante dans le secteur de l'alimentation. Lorsqu'il vend son commerce, il met à profit les deux années qui suivent pour planifier son avenir. Au départ, un paramètre s'impose : il veut demeurer dans le domaine qu'il connaît le mieux. Dans l'exercice de ses activités antérieures, il a maintes fois eu l'occasion, par ailleurs, de constater que quantité de produits vendus en Abitibi-Témiscamingue n'étaient pas originaires de la région. Il songe donc à combiner ces deux éléments pour jeter les bases d'une entreprise. Et comme il possède d'excellentes capacités d'administration et une habileté naturelle pour la gestion des ressources humaines, sa réflexion le mène tout droit à créer *Au grenier des saveurs*. Entre-temps, il a suivi des cours en charcuterie et s'est initié à l'art de la fromagerie en participant à des séances de formation.

UNE ENTREPRISE SOLIDAIRE QUI A LE GOÛT DES PRODUITS LOCAUX

Au grenier des saveurs vend au détail et fabrique de la charcuterie, en plus d'offrir un service de coupe de viande de qualité supérieure produite dans la région. Il cuisine aussi ses propres jambons et du bœuf « jerky », dont ne sauraient désormais se passer de très nombreux chasseurs et pêcheurs de la région. Pour M. Grenier, offrir sur un plateau d'argent le goût incomparable des produits locaux est en quelque sorte le fondement de sa démarche entrepreneuriale, mais il en fait aussi une question de solidarité régionale. Il insiste donc pour proposer le plus grand éventail possible de produits régionaux, afin de donner la chance aux producteurs tous azimuts de montrer ce dont ils sont capables.

TRAVAILLER ENSEMBLE POUR BÂTIR SUR DU SOLIDE

« J'ai sans doute été privilégié de pouvoir prendre tout le temps nécessaire pour me préparer avant d'ouvrir les portes du *grenier*, mais j'ai également eu la chance de faire la connaissance, pendant cette même période, des conseillers de la SADC Vallée-de-l'Or », affirme sans ambages M. Grenier. Ceux-ci, en effet, l'ont accompagné tout au long de son processus de réflexion, soit à partir de l'idée de base jusqu'aux études de marché. La SADC a maintenu, jusqu'à aujourd'hui, des rapports étroits avec le promoteur et l'a guidé dans ses démarches pour parfaire sa formation. Elle

lui a également fourni de l'aide financière pour faire l'acquisition du bâtiment qui abrite maintenant la charcuterie et pour assurer le démarrage de l'entreprise. Plusieurs organismes de développement à l'échelle régionale ont également poussé à la roue, parmi lesquels il faut mentionner la Banque de développement du Canada (BDC) et le Centre local de développement (CLD) de la Vallée-de-l'Or. Encore une fois, c'est en joignant leurs efforts que ces organismes ont pu concrétiser l'implantation de l'entreprise *Au grenier des saveurs*.

UNE PÉPINIÈRE DE BOUCHERS ET DE BOUCHÈRES

L'entreprise a fait des pas de géant : son chiffre d'affaires a plus que doublé au cours des années, pour dépasser le million de dollars. Elle est devenue un haut lieu d'expériences gustatives dans la région de Val-d'Or pour ce qui touche les produits fins, puisqu'en plus de la charcuterie, ses tablettes sont garnies de différents produits locaux, tels que des confitures ou de la bière.

Le nombre d'emplois, occupés en majeure partie par de jeunes gens, a connu une progression similaire, passant de six à une quinzaine environ. « Il est très important de préciser, note le directeur général de la SADC de la Vallée-de-l'Or, M. Francis Dumais, qu'il s'agit d'emplois spécialisés – de bouchers principalement – qui nécessitent une bonne dose de formation, à laquelle M. Grenier participe avec enthousiasme, sachant qu'il contribue ainsi à assurer un meilleur avenir à de nombreux jeunes en région. » Sa réputation de gestionnaire de ressources humaines talentueux et équitable a fait son chemin à Val-d'Or. C'est assurément pour cela que plusieurs bouchers l'ont suivi lorsqu'il a fait

le saut et qu'ils sont restés très attachés à leur emploi au *Grenier*. Ce détail mérite à lui seul d'être relevé, puisque l'effervescence causée par la hausse phénoménale des prix de l'or et la flambée des salaires qui l'accompagne représentent une véritable épée de Damoclès pour les entrepreneurs valdoriens qui veulent maintenir leur personnel en poste.

Son intérêt pour le développement des ressources humaines engage d'ailleurs M. Grenier à collaborer avec un établissement d'enseignement régional, qui offre un diplôme d'études professionnelles (DEP) permettant aux élèves d'acquérir les connaissances et de maîtriser les techniques pour devenir bouchers. Pendant l'été, les candidats inscrits à ce programme ont la chance de mettre en pratique ce qu'ils ont appris en effectuant un stage dans les murs d'*Au grenier des saveurs* et, surtout, d'y profiter des conseils judicieux du maître de céans lui-même.

IMPLICATION HUMANITAIRE

Sur le plan communautaire, M. Grenier est très impliqué dans la Maison de la Source Gabriel, un établissement qui accueille gratuitement des personnes dont le pronostic de vie est de trois mois ou moins. Les produits consommés lors du souper annuel organisé pour permettre à la maison de recueillir des fonds sont en partie fournis par lui. Comme le dit un proverbe allemand : *La promesse a des jambes; seul le don a des mains*. Et ce n'est pas Serge Grenier qui dira le contraire.



MANGER SANS DANGER À SEPT-ÎLES

Vous êtes-vous déjà demandé, au moment de vous servir un grand verre de jus enrichi de calcium, si cette boisson contenait du lait de vache? Avant de savourer un plat de *penne arrabiata*, avez-vous pensé que ces pâtes étaient faites de farine de blé? Probablement pas.

Pourtant, au Canada, on a dénombré plus de 160 aliments susceptibles de causer des réactions allergiques, dont les plus connus sont probablement le lait, le blé, les noix et arachides, et les produits de la mer. Au Québec, seulement, on estime qu'environ 300 000 personnes, soit 4 % de la population, présentent des allergies alimentaires. Pour tout dire, 7 % des familles québécoises comptent au moins une personne atteinte d'une allergie potentiellement mortelle¹.

HARO SUR LES ALLERGÈNES

Dans maintes localités du Québec, trouver des aliments sans allergènes est un véritable parcours du combattant. Mais pas à Sept-Îles, où depuis 2009, le Marché MelLau est établi.

Cette année-là, en effet, Mélanie D'Astous et Laurence Bérubé, qui œuvrent toutes deux au Centre de santé et de services sociaux de Sept-Îles, franchissent le pas. La première est titulaire d'un DEP en cuisine, et la seconde, technicienne en diététique. Toutes deux se préoccupent des questions d'alimentation et ont constaté l'existence de besoins particuliers en matière d'intolérances et d'allergies alimentaires. Elles sont poussées tant par le désir de répondre à cette demande que par la volonté de s'établir à leur compte.

AVANT DE JOUER, IL VAUT MIEUX CONNAÎTRE LES RÈGLES

Pour être préparées jusqu'au bout des ongles avant de se jeter à l'eau et de se lancer dans l'aventure entrepreneuriale, les promotrices s'adressent à la SADC Côte-Nord. L'équipe en place accepte le mandat et, après avoir examiné d'un œil attentif leur projet, est en mesure de leur fournir des conseils sur l'évaluation du marché visé. En effet, pour les jeunes entrepreneures, il est essentiel de savoir si le marché est de taille suffisante pour assurer la rentabilité d'une épicerie fine spécialisée, comme celle qu'elles se proposent de mettre sur pied à Sept-Îles.

La SADC aide également Mélanie et Laurence à cibler des produits qui correspondent aux goûts et aux attentes de la clientèle. Elle les fait aussi profiter de prévisions financières fiables et leur fournit de l'aide technique en matière de marketing. Les jeunes femmes d'affaires sont d'ailleurs d'accord pour reconnaître l'importance de l'encadrement dont elles se sont prévaluées : « Avec l'aide des gens de la SADC Côte-Nord, nous avons apporté une touche finale au financement du rêve de notre vie : démarrer notre entreprise. Ils nous ont donné le soutien nécessaire afin de concrétiser notre projet. Ils sont aujourd'hui toujours présents afin de répondre à nos questions et de nous épauler dans la palpitante aventure dans laquelle nous nous sommes lancées. Merci au personnel de la SADC ! » disent-elles spontanément.

De son côté, M. Stéphane Lacroix, à l'époque directeur général de la SADC Côte-Nord, fait un bilan des plus positifs de l'interaction de son équipe avec les promotrices du Marché MelLau :

« Le lancement d'une entreprise aussi novatrice a apporté une nouvelle dimension à notre intervention auprès des entrepreneurs. Pendant toutes les étapes du démarrage, nous avons formé une équipe au premier sens du terme. En effet, trois membres du personnel de la SADC ont travaillé non seulement main dans la main, en se fixant des objectifs communs bien précis, mais ils l'ont fait simultanément. Si bien qu'en aucun moment le travail de l'un n'a été freiné par l'avancement de celui d'un autre membre de l'équipe. Nous avons ainsi connu une expérience extrêmement enrichissante que nous mettons à profit chaque fois que les mandats s'y prêtent », déclare-t-il.

DE BONS PETITS PLATS ACCESSIBLES

Un projet aussi bien préparé n'allait pas rester lettre morte. Aussi, le 9 octobre 2009, le Marché MelLau a ouvert ses portes. En plus d'aliments sans allergènes, la gamme de produits compte des mets cuisinés prêts à emporter. Qu'ils soient chauds, froids ou congelés, les plats sont variés et toujours très frais, puisque les propriétaires voient elles-mêmes à en assurer la rotation. Bref, pour l'amateur de bonne chère, il s'agit d'une solution de rechange des plus intéressantes aux sandwichs que l'on voit souvent sur les tablettes des épiceries conventionnelles. En outre, le marché propose également des produits du terroir, des importations ainsi que des produits biologiques et naturels. L'objectif est d'apporter, sur les tables de Sept-Îles, des produits qui ne sont pas disponibles dans les autres commerces alimentaires et d'offrir à la clientèle le plaisir de découvrir de nouvelles saveurs.

À l'occasion du premier anniversaire du Marché MelLau, les deux propriétaires ont organisé un événement festif, qui a été très apprécié de la clientèle. Il faut dire qu'elles ont de quoi se réjouir, car leur commerce tourne à plein régime. À l'ère des communications électroniques, Mélanie et Laurence disposent d'une cybervitrine par l'intermédiaire de Facebook, qui agit comme accélérateur d'affaires et qui contribue à fidéliser leur clientèle, puisqu'elles y affichent tous les menus de la semaine. Ainsi, les consommateurs peuvent faire leur choix à l'avance et mieux planifier leurs achats et leurs repas. Sans oublier que sur place, devant l'embarras du choix, ils peuvent toujours faire appel aux propriétaires, dont la disponibilité n'est pas la moindre de leurs qualités, pour obtenir des informations ou des réponses à leurs questions.

LE MARCHÉ MELLAU AU TABLEAU D'HONNEUR

La renommée du Marché MelLau dépasse largement les limites de la ville de Sept-Îles. En effet, l'établissement a été choisi comme lauréat régional pour la Côte-Nord, dans la catégorie Commerce du volet Création d'entreprise, lors du 12^e Concours québécois en entrepreneuriat, en mai 2010. De plus, le Centre d'entrepreneuriat et d'essaimage de l'Université du Québec à Chicoutimi, section Côte-Nord, a souligné la grande qualité du projet d'affaires de Mélanie D'Astous et de Laurence Bérubé en lui attribuant le premier prix de son concours Création et démarrage d'entreprises.

Ces jeunes femmes, bien entourées par leurs familles et amis, ne se consacrent pas seulement à répondre aux besoins alimentaires d'un segment de la population septilienne. Elles sont des personnes généreuses et ouvertes qui aiment s'associer, soit par des commandes, soit par des promotions spéciales, à la mission des organismes communautaires. Il reste à espérer que la journée du 9 octobre demeure à tout jamais, dans l'esprit des résidents de Sept-Îles, associée à l'alimentation saine et au franc succès de cette entreprise.

1. Données extraites du site Web de l'Association québécoise des allergies alimentaires (http://www.aqaa.qc.ca/produits_et_services/Statistiques.asp).

DEUXIÈME VIE POUR LES CRABES DE LA HAUTE-CÔTE-NORD

En 2010, la Coopérative de travail Unitek, de Forestville sur la Côte-Nord, a valorisé 1 130 tonnes métriques de résidus marins, composés de carcasses de crabes, de coquilles de mactres de Stimpson et de myes, en les transformant en engrais certifié biologique. Ces résidus qui finiraient normalement dans un site d'enfouissement¹ provenaient des Crabiers du Nord.

Une telle réalisation était celle d'une petite entreprise qui n'existait même pas sur papier dix ans plus tôt. Et le fait que ce sont maintenant au-delà de 2 000 tonnes métriques de résidus qui sont valorisées met encore plus en relief la performance de la Coopérative.

DYNAMISME AU CARRÉ

À l'aube de la vingtaine, quatre jeunes se lancent dans une aventure qui va les mener loin. Originaire des Laurentides, Pierre-Luc Comtois faisait auparavant de la récupération à Montréal, alors que David Hamel, qui est natif de Québec, évoluait dans le secteur communautaire. Quant à Dany Sénéchal, qui vient de Port-Cartier, et Patrick Gagné, d'Amqui, ils avaient des emplois dans la construction². Deux de ces associés ont peut-être l'avantage de posséder une formation en horticulture, mais les quatre sont extrêmement dynamiques, ils ont l'âme chevillée au corps et sont animés du désir de participer, d'accomplir quelque chose de différent pour sauver la planète.

Leur réflexion les entraîne vers des moyens de réduire le volume de déchets dans les sites d'enfouissement. Ils choisissent pour cible les matières putrescibles compostables, autrement dit les matières organiques. Nos entrepreneurs en herbe forment alors une coopérative de travailleurs et se donnent l'objectif de transformer des résidus des produits de la pêche commerciale, principalement le crabe, en farine d'engrais naturels. Création d'ailleurs saluée, en 2005, par le 7^e prestigieux Concours québécois en entrepreneuriat, dont le jury accorde aux jeunes gens d'affaires le prix pour la région de la Côte-Nord dans la catégorie Économie sociale, du volet Création d'emploi.

UNITEK INNOVE AVEC SES ENGRAIS

La Coopérative Unitek fabrique des engrais marins de première qualité, 100 % naturels. Ces engrais sont certifiés pour l'agriculture biologique par Québec Vrai et se prêtent tout particulièrement à la culture maraîchère écologique. Les produits, vendus sous la marque Bio Nord, se déclinent en farine de crabe des neiges, en farine de crabe et algue, et en lombric compost marin. « Les farines de poisson et composts contiennent une très haute teneur en azote, en phosphore et en potasse, outre des éléments mineurs de la précieuse vie microbienne et bien plus ! explique Pierre-Luc Comtois. La gamme Bio Nord est composée de produits bien de chez nous. Écologiques, les engrais sont fabriqués à partir de produits marins recyclés. En plus d'être efficaces, ils sont simples à utiliser pour les fleurs, le jardin ou la pelouse. La bonne nouvelle, c'est que nos produits sont maintenant disponibles partout au Québec. »

En affaires, la vision des jeunes entrepreneurs dépasse la norme 20/20, ce qui leur a permis de viser juste en choisissant le créneau des engrais marins. La demande pour leurs fertilisants naturels est, en effet, en progression constante. Ceux-ci permettent de remplacer les produits synthétiques, qui eux, ont de moins en moins la cote auprès des utilisateurs, parmi lesquels figurent les centres horticoles, les fermes biologiques, les paysagistes et les producteurs en serre. Unitek est

d'ailleurs membre de la Fédération interdisciplinaire de l'horticulture ornementale du Québec, la FIHOQ, qui s'est donné la mission de travailler à la croissance de l'industrie québécoise de l'horticulture dans une perspective de développement durable.

L'entreprise est fière d'avoir concocté un produit écologique et agricole de haute performance. Mais ses dirigeants sont loin de se reposer sur leurs lauriers. Ils continuent à innover et à diversifier leur gamme de produits. Dans ce contexte, la Coopérative consentira de nouveaux efforts afin d'entreprendre la valorisation des coquilles de deux autres espèces, soit la mactre de Stimpson et la mye. Elle se prépare également à offrir un service de récupération des huiles et des graisses usées résultant de ses activités, aux fins de la production de biodiesel. Nul doute que ces projets verts entraîneront la création d'emplois qui viendront s'ajouter aux quatre qui existent présentement chez Unitek et qui s'adresseront en priorité à de jeunes gens engagés dans la cause du développement durable et désireux de passer leur vie sur la Côte-Nord.

DÉBROUILLARDS ET PERSÉVÉRANTS

On entend toujours dire qu'il n'y a pas de roses sans épines. Cette expression transposée en langage entrepreneurial, on dira plutôt qu'il n'y a pas de succès sans obstacles à franchir. Et des embûches, nos jeunes gens en ont vu sur leur chemin. Mais, ayant tous la persévérance dans leur bagage génétique, ils n'ont jamais lancé la serviette. Même quand ils ont dû vivre pendant plusieurs mois sans salaire et dans des conditions parfois précaires, ils n'ont jamais perdu de vue leur objectif et ont redoublé d'ardeur pour l'atteindre. Pour cela, ils ont réussi à gagner la confiance de leurs partenaires, même si ce ne fut pas un jeu d'enfant et qu'il leur a fallu lutter contre certains préjugés.

Au fil du temps, chacun des associés s'est spécialisé dans un domaine afin de satisfaire aux exigences de gestion de leur entreprise. David Hamel est devenu un vendeur et un représentant commercial hors pair, et ce, tout en trouvant le temps de mettre sur pied Organact, une entreprise qui utilise le compost et l'engrais d'Unitek pour effectuer des tests sur la culture maraîchère (soit dit en passant, les résultats qu'il enregistre sont tout simplement renversants). Pierre-Luc Comtois, quant à lui, continue de se former en gestion comptable – il est d'ailleurs toujours accompagné dans sa démarche par la SADC de la Haute-Côte-Nord – afin de pouvoir suivre les résultats de l'entreprise et d'apporter les correctifs nécessaires au fur et à mesure de son évolution. Enfin, Dany Sénéchal est devenu LE spécialiste des opérations dans l'usine et a démarré ALGOA, une entreprise spécialisée dans le recensement des bancs d'algues.

LA SADC DE LA HAUTE-CÔTE-NORD MISE SUR LA CONFIANCE

Une relation d'affaires, c'est comme une plante : ça prend de l'engrais, des soins et des conseils d'un expert. La SADC de la Haute-Côte-Nord est entrée dans le jeu dès la formation de la Coopérative Unitek et est intervenue sur le plan financier, notamment pour soutenir le démarrage de l'entreprise, par l'intermédiaire des programmes Stratégie jeunesse et Fonds régulier.

Il n'y avait pas l'ombre d'un doute pour la SADC : il fallait épauler ces jeunes qui croyaient fortement en leur projet et les aider à se structurer pour concrétiser leur vision. « La SADC a tout de suite réalisé l'utilité écologique et économique de la vision de ces jeunes et n'a pas hésité à les appuyer sur tous les plans », évoque avec un plaisir non dissimulé la directrice générale de la SADC de la Haute-Côte-Nord, M^{me} Léna St-Pierre. La SADC les a aidés à devenir autonomes pour tout ce qui touche les opérations comptables d'une entreprise. Ses conseillers ont également prêté main-forte aux entrepreneurs dans le processus d'élaboration de l'image de marque de la Coopérative ainsi que dans la prospection de clients.

« Les services et suivis offerts par l'équipe de la SADC nous ont permis de réaliser un rêve et une mission. C'est un organisme qui facilite le développement des régions par sa présence et la simplicité d'accès à ses différents programmes et services », estime pour sa part Pierre-Luc Comtois.

UNE ENTREPRISE MODÈLE

La Coopérative Unitek a un rayonnement important sur toute la collectivité. Mieux encore, elle représente un modèle à l'échelle nationale, et peut-être même mondiale, par l'originalité et l'avant-gardisme des méthodes de récupération et de transformation des résidus marins qu'elle a mises au point. Aujourd'hui, Pierre-Luc Comtois, David Hamel et Dany Sénéchal peuvent être cités en exemples pour leur préoccupation de tous les instants pour le développement durable, le respect de l'environnement et la valorisation des résidus au bénéfice des communautés.

1. Information tirée du Plan de gestion des matières résiduelles, Programme de suivi – Bilan 2010, MRC de La Haute-Côte-Nord, janvier 2011, p. 17. (<http://www.mrchcn.qc.ca>).

2. Patrick Gagné a, depuis, quitté l'entreprise

TOUTE UNE VIE CONSACRÉE À LA FORÊT

Quand Nord-Forêt inc. publie un avis de poste à pourvoir, il n'est pas rare d'y lire que le candidat recherché doit avoir la qualité de son travail à cœur. Le travail bien fait et l'amélioration constante des services sont des règles d'or pour l'entreprise baie-comoise, sur la Côte-Nord, qui se spécialise dans les travaux sylvicoles depuis 1997.

DE PROF À PATRON

S'il fallait décrire son fondateur, M. Clément Paquet, par un seul mot, c'est *persévérant* qui viendrait tout de suite à l'esprit. En effet, l'ingénieur forestier est arrivé sur la Côte-Nord en 1979 pour enseigner au Cégep de Baie-Comeau. En 1985, il a fondé, avec M. Jean Domingue, Naturam Environnement. Comme consultant, il a acquis une vaste expérience en matière de foresterie et de questions environnementales. Il a réussi non seulement à maintenir sa barque à flot en dépit de toutes les tempêtes qui ont frappé le secteur forestier au cours des dernières années, mais également à assurer la progression de son entreprise. En attestent d'ailleurs l'augmentation de son chiffre d'affaires, qui a doublé au cours des ans pour atteindre les 4 M\$ aujourd'hui, et les quelque 150 emplois offerts par Nord-Forêt. Il s'agit, pour une forte proportion, d'emplois saisonniers, mais très bien rémunérés et assortis de plusieurs avantages. Inutile d'ajouter qu'il a également fallu au propriétaire une bonne mesure d'ingéniosité et de perspicacité pour trouver des solutions aux problèmes qui n'ont pas manqué de survenir dans un secteur d'activité soumis à d'importantes pressions conjoncturelles.

DES RESSOURCES HUMAINES EN SANTÉ, ÇA COMPTE

Le propriétaire de Nord-Forêt se distingue également par ses qualités humaines. Il se fait un point d'honneur d'offrir les meilleures conditions de travail à ses employés afin d'assurer leur bien-être. Comme il le fait remarquer : « Le premier million d'investissement dans toute entreprise, c'est la santé ! » Penser aux autres qui n'ont peut-être pas eu la même chance ni les mêmes moyens de faire un cheminement comparable au sien n'est pas un concept abstrait. M. Paquet veille toujours, par exemple, dans le cours des négociations avec ses clients, à ce que son personnel accumule assez d'heures pour être admissible aux prestations d'assurance-emploi. Son souci pour les ressources humaines l'amène à être continuellement à l'affût de toutes les avancées sur le plan de la sécurité au travail et de la technologie des équipements.

UN PARTENAIRE AU BOUT DU FIL

« Avoir un bon partenaire représente le premier maillon – et un maillon essentiel – d'un réseau d'affaires », confie M. Clément Paquet. Et parmi ses partenaires, Nord-Forêt peut compter au premier chef sur la SADC Manicouagan, qui la soutient depuis plus de dix ans. C'est en 1999, en effet, que cette dernière a accordé un important financement à l'entreprise pour lui permettre de prendre de l'expansion. « Notre SADC se voit vraiment comme un partenaire, et non pas comme un prêteur. Cette distinction marque notre relation avec M. Paquet. Ainsi, chaque fois que celui-ci a un pépin, il a développé le réflexe de téléphoner à M^{me} Sonya Corneau, conseillère à la SADC, pour en discuter. D'ailleurs, depuis le début, nous croyons tellement au potentiel de l'entreprise que nous en sommes devenus actionnaires », souligne le directeur général de la SADC Manicouagan, M. Martin Ouellet. En effet, en 2006, le financement consenti par la SADC a été converti en capital. Cette décision, qui ne confère pas de rôle décisionnel à la SADC, a donné une bouffée d'oxygène à Nord-Forêt et l'a aidée à préparer son avenir.

REDONNER DU LUSTRE À L'INDUSTRIE FORESTIÈRE

Tout le parcours professionnel de M. Paquet étant lié aux ressources forestières sous leurs différents visages, il n'y a donc rien de surprenant à ce que son entreprise soit membre de l'Association des entrepreneurs en travaux sylvicoles du Québec (AETSQ). L'Association est un incontournable dans son créneau, puisqu'elle regroupe une soixantaine d'entrepreneurs effectuant les deux tiers environ des travaux sylvicoles au Québec. M. Paquet en a d'ailleurs été président pendant six ans, et c'est maintenant son neveu, Rémy Paquet, qui agit à titre de vice-président du conseil d'administration de l'organisme. En outre, Rémy est copropriétaire de Nord-Forêt et assume, aux côtés de son oncle, la direction de l'entreprise. La SADC Manicouagan a toujours été fière d'épauler M. Paquet et voit donc aujourd'hui avec plaisir la relève de l'entrepreneur aussi bien assurée; elle se réjouit également à la pensée que le neveu marche sur les traces de son oncle.

Alors qu'il était président de l'AETSQ, Clément Paquet a défendu plusieurs mémoires en commission parlementaire et il a agi comme représentant des entrepreneurs sylvicoles à la commission Coulombe et au Sommet sur la forêt. M. Paquet s'est investi de façon particulière dans le processus mené par l'AETSQ, la Fédération québécoise des coopératives forestières (FQCF) et le Regroupement des sociétés d'aménagement forestier du Québec (RESAM) en vue de mettre en place le Programme de certification des pratiques de gestion des entreprises sylvicoles, dont l'objectif est justement d'agir sur les pratiques qui induisent une compétition malsaine dans l'industrie, telles que le travail au noir ou le non-respect des règles de santé et de sécurité au travail. Ce programme a été élaboré et est administré par le Bureau de normalisation du Québec (BNQ).

VERS DE NOUVEAUX DÉBOUCHÉS VERTS

Bien de son temps, Nord-Forêt se préoccupe aussi d'environnement et de développement durable. En vertu d'une entente qu'elle a conclue avec Alcoa, des rondins récupérés en forêt sont revendus à l'aluminerie de Baie-Comeau pour servir au refroidissement des cuves. Cette activité est le fruit des efforts constants de l'entreprise en vue de trouver de nouveaux débouchés. Elle a débuté il y a plus de quatre ans et devrait se maintenir pour environ trois ans encore. Elle permet de pratiquer une gestion efficiente des ressources forestières, tout en constituant une source de revenus appréciables pour Nord-Forêt. Dans la même veine, l'entreprise a accepté d'emblée l'offre d'Alcoa de participer, avec trois autres PME baie-comoises, à l'élaboration d'une norme BNQ 21000, laquelle devrait déboucher sur une certification en développement durable.

Rappelons que Nord-Forêt effectue des travaux de reboisement, d'éclaircie précommerciale, de dégagement de la régénération naturelle ou de plantation. Elle réalise également des projets d'inventaire forestier, en plus de prêter son concours à des projets de recherche sur le développement du secteur de la sylviculture au Québec. En quinze saisons, elle a reboisé plus de 30 millions de plants, effectué du dégagement de plantation et de régénération naturelle sur plus de 10 000 hectares et réalisé de l'éclaircie précommerciale sur au-delà de 20 000 hectares. Nord-Forêt considère que la forêt de la Manicouagan, c'est son jardin. Elle l'aménage en grand et en aménage grand.

UNE ENTREPRISE QUI MET LES RESSOURCES HUMAINES AU CŒUR DE SON DÉVELOPPEMENT

« La SADC Chibougamau-Chapais m’a permis de poursuivre mon objectif, qui est de devenir le chef de file dans le Nord-du-Québec dans mon domaine d’activité. Grâce à son soutien technique et financier, nous avons pu traverser les moments difficiles. L’équipe de professionnels qui œuvre ici à Chibougamau a à cœur le développement de la région et appuie efficacement les entreprises. Les conseillers sont toujours disponibles pour discuter lors des bons moments comme des périodes difficiles. J’en profite pour remercier la direction de la SADC et tous les employés de leur soutien et de l’aide apportée dans nos projets d’expansion. »

Voilà ce que le président du Groupe DLB, M. Luc Bédard, tenait à préciser, en marge de l’inauguration des nouveaux locaux de son entreprise, le 16 décembre 2010, à Chibougamau. L’événement, où se côtoyaient employés, partenaires et clients, marquait à la fois l’aboutissement de sept ans d’initiative entrepreneuriale et le début d’un nouveau cycle.

Le Groupe DLB regroupe, en fait, deux entreprises distinctes. La première, Entretien industriel DLB, est engagée dans l’entretien industriel ainsi que la vente de produits et d’équipements spécialisés, tandis que la deuxième, Les Entreprises RBE (2007), est spécialisée dans les services de gestion parasitaire, la fertilisation de même que la vente et le remplissage d’extincteurs.

DES ACTIVITÉS COMPLÉMENTAIRES

Doué pour les affaires, M. Bédard fait preuve d’un tempérament de leader, d’une grande ouverture d’esprit et d’une capacité d’adaptation hors du commun. C’est plus qu’il en faut pour fonder Entretien industriel DLB, à Chapais en 2003, qui s’adresse aux secteurs public et privé dans la région du Nord-du-Québec. Désireux de développer le créneau de l’entretien industriel, il acquiert, quatre ans plus tard, Les Entreprises RBE, qui, elles, rayonnent à partir de Chibougamau en proposant un service de gestion parasitaire et d’extincteurs. Gestionnaire dépareillé, M. Bédard entrevoit tout de suite les possibilités qui découlent de cette acquisition, puisque Entretien industriel DLB offre des services complémentaires à ceux des Entreprises RBE.

Gérer deux entreprises n’a rien d’un jeu d’enfant et M. Bédard les fusionne en 2007. L’intégration est complétée en 2010 lorsque les activités des entreprises sont centralisées à une seule et même adresse.

L’IMPORTANCE DU CAPITAL HUMAIN

Il faut dire que depuis ses premiers pas sur son segment de marché, M. Bédard garde un œil sur le développement de son entreprise. Même si le sens de l’anticipation vaut son pesant d’or dans un contexte de vive concurrence où les entrepreneurs évoluent de nos jours, il sait également que le bien-être de son équipe de travail, regroupant une trentaine d’employés en période de pointe, n’a pas de prix et vaut qu’on ne compte pas ses efforts. « Les ressources humaines ne représentent pas seulement l’atout le plus précieux d’une entreprise, mais elles tiennent dans leurs mains la clé de son succès », ajoute M. Bédard. Il ne suffit pas, selon lui, que les valeurs de l’entreprise soient bien en vue sur le site Web, encore faut-il qu’elles plongent leurs racines profondément dans l’entreprise et que l’ensemble des employés y adhèrent. Entretenir la mobilisation et l’engagement de chacun des employés ? Pas de véritables bénéfices sans cela.

FAIRE PARTAGER SON EXPÉRIENCE

Pour se rendre au stade de croissance où il est aujourd’hui, M. Bédard a pu compter sur divers partenaires, dont au premier chef la SADC Chibougamau-Chapais, qui, à trois reprises, lui a consenti du financement pour assurer le développement du Groupe. Elle lui a également apporté de l’aide à l’étape de la rédaction du plan d’affaires. À titre d’exemple de la relation fructueuse qui s’est établie avec lui, M. Bédard a participé, en 2008 et en 2009, au Projet pilote national en ressources humaines, aux côtés de la SADC Chibougamau-Chapais et de la Corporation au bénéfice du développement communautaire (CBDC) Restigouche. « La trousse réalisée dans le sillage de cette initiative met désormais des outils à portée de la main des entrepreneurs qui souhaitent appliquer de bonnes pratiques de base en matière de gestion des ressources humaines, ce qui en retour pave la voie à l’accroissement de la productivité et de la rentabilité des entreprises », souligne la directrice générale de la SADC Chibougamau-Chapais, M^{me} Annie Potvin.

Le bilan que le Groupe DLB dresse de sa participation à ce projet est positif : au cours de la première année, l’investissement en développement professionnel des employés a augmenté de 43 % et a été suivi d’une amélioration de la productivité à hauteur de 18 %. Quant à la satisfaction et à l’engagement des employés, ils ont grimpé de 13 %.

En expansion continuelle, le Groupe DLB insuffle de la vitalité à l’économie et contribue à sa diversification. Convaincu de l’importance des acteurs locaux et des résultats de leurs interventions, M. Bédard s’implique bénévolement dans les organismes de développement économique de la région de Chibougamau-Chapais. Un travail qui fait appel à ses qualités entrepreneuriales et humaines.



À WASWANIPI, DES ENTREPRENEURS JOUENT LA CARTE DE LA POLYVALENCE

Située à 154 kilomètres à l’ouest de Chibougamau, sur les rives des rivières Waswanipi et Chibougamau dans le Nord-du-Québec, la communauté crie de Waswanipi compte près d’une quarantaine d’entreprises sur son territoire : bureau de poste, services bancaires, centre de transformation du poisson, atelier de mécanique automobile et restaurant¹, pour n’en nommer que quelques-unes. Il y a aussi la Station-service Bedabin qui, par son emplacement et ses services, joue un rôle fondamental dans la collectivité.

À la Station-service Bedabin, le maître-mot est *polyvalence*. Sont réunis sous un même toit, en effet : un poste d’essence, une quincaillerie et une petite épicerie. La station-service est le seul endroit à des dizaines de kilomètres à la ronde où les membres de la petite communauté crie peuvent faire le plein d’essence. Les clients économisent ainsi le précieux carburant et gagnent du temps, tout en profitant d’un service indispensable à la qualité de vie de Waswanipi.

GRANDE SURFACE, PETITES ATTENTIONS

De plus, l’établissement propose une grande variété de produits des plus utiles aux résidents de Waswanipi; elle prend ainsi en compte qu’ils n’ont pas accès à tous les commerces pour se procurer ce dont ils ont besoin. L’entreprise est située dans un endroit très facile d’accès pour les membres de la collectivité; elle est aussi à proximité de la route 113. Les voyageurs désireux de faire le plein d’essence ou d’acheter un casse-croûte ne peuvent vraiment pas manquer la Station-service Bedabin. D’autant plus qu’elle est ouverte de 8 h à 23 h tous les jours, beau temps, mauvais temps. Cette plage horaire étendue est très appréciée des clients. À ceux qui n’ont pas pu se rendre à l’épicerie, elle permet, en effet, de faire des emplettes de dernière minute.

Sur les tablettes et dans les réfrigérateurs de la Station-service Bedabin, on trouve également une multitude d’aliments prêts à consommer qui, chaque jour, mettent en appétit les nombreux travailleurs qui n’ont pas eu le temps de se préparer un goûter. Les propriétaires font affaire avec divers fournisseurs, de façon à pouvoir offrir à leurs clients un choix des plus variés d’aliments.

DE L’AUDACE ET DE LA MÉTHODE

La Station-service Bedabin appartient à une famille de Waswanipi, les Dixon-Mayappo. C’est d’ailleurs la première fois depuis des lustres que des membres de la communauté sont propriétaires d’un tel établissement. D’autres compagnies exerçant des activités similaires ont déjà tenté de s’implanter à Waswanipi, mais leur présence a été éphémère. C’est d’ailleurs en partie cette réalité qui a amené la famille Dixon-Mayappo à mettre sur pied son entreprise. En plus de contribuer au sentiment d’appartenance et de fierté de la communauté, le fait que l’entrepreneur soit originaire de Waswanipi favorise la pérennité du service. D’ailleurs, comme l’assure l’un des propriétaires : « Nous nous sommes engagés dans cette grande aventure avec la ferme intention de rester longtemps en affaires, de façon à répondre toujours mieux aux besoins en évolution et en croissance de notre communauté. »

Les entrepreneurs ne négligent aucun effort pour atteindre leur objectif. Leur commerce se démarque tant par ses heures d’ouverture que par la courtoisie et le professionnalisme du personnel, deux qualités cruciales pour fidéliser la clientèle.

ENCORE DU NOUVEAU

En outre, comme les propriétaires sont des gens aussi dynamiques que novateurs, ils ajoutent constamment des produits dans leur magasin. À preuve, ils ont récemment commencé à offrir des produits traditionnels artisanaux. Cette activité permet d’élargir la vocation de l’établissement commercial et lui donne l’apparence d’un magasin de souvenirs. Les artistes et les artisans de la collectivité présentent ce nouveau service offert par la Station-service Bedabin, dont ils retirent, outre une visibilité non négligeable, des revenus supplémentaires.

RENDEZ-VOUS AVEC LE SUCCÈS DANS LE NORD-DU-QUÉBEC

L’éthique commerciale respectée par les entrepreneurs et leur capacité de travailler très fort sont bien reconnues à Waswanipi. Les Dixon-Mayappo sont une source d’inspiration, probablement en raison de leur constance et de l’énergie qu’ils appliquent à réussir en affaires. Leur exemple a non seulement incité d’autres membres de la communauté à se mettre à leur compte, mais il a également fait naître un sentiment de fierté dans la collectivité.

Depuis son ouverture, en 2009, la rapidité avec laquelle la Station-service Bedabin a développé son potentiel renverse encore l’équipe de l’Eeyou Economic Group. À Val-d’Or, le 1^{er} décembre 2011, lors du 4^e Gala reconnaissance organisé par ce groupe pour souligner le succès des entrepreneurs cris et leur contribution au développement d’une économie forte et durable dans le Nord-du-Québec, la Station-service Bedabin s’est d’ailleurs vu remettre le prix Croissance et innovation.

« La croissance de cet établissement commercial est franchement impressionnante; elle est attribuable à la détermination de ses propriétaires, à leur habileté à innover sur le plan de l’offre de produits et, finalement, à leur capacité de comprendre et de satisfaire les besoins des clients », fait remarquer la directrice générale de l’Eeyou Economic Group, M^{me} Manon Richmond.

ON DÉROULE LE TAPIS ROUGE

L’organisme a investi pas moins de 180 000 \$ pour aider les Dixon-Mayappo à démarrer leurs activités commerciales. À noter que la Caisse populaire Desjardins de Waswanipi a aussi facilité la mise sur pied de la station-service en consentant des fonds à ce projet. En plus d’accorder de l’aide financière, l’Eeyou Economic Group a aussi prêté main-forte aux propriétaires quand il s’est agi de souligner l’ouverture de la station-service. Les activités ont alors attiré de nombreux résidents de la petite collectivité; pour leur part, les conseillers de l’organisme de développement économique n’ont pas voulu rater une aussi belle occasion de mettre en valeur le courage et le dynamisme dont les entrepreneurs font constamment preuve. Après tout, ils ont créé une quinzaine d’emplois jusqu’à présent et ils n’ont jamais dévié de leur objectif d’offrir les meilleurs services à la communauté de Waswanipi.



1. Données tirées du site Web d’Affaires autochtones et Développement du Nord Canada (<http://www.aadnc-aandc.gc.ca>).

DEUX ENTREPRISES DONT LES PROJETS NE SONT JAMAIS EN RUPTURE DE STOCK

Qui est-ce ?

Voilà plus de dix ans qu’il est propriétaire d’un dépanneur à Matagami. Et pourtant, son œil entrepreneurial n’a jamais perdu de son acuité. Il a constamment un projet qui lui trotte dans la tête. Pour cet homme d’affaires, le temps qu’il prendra pour le réaliser n’est surtout pas un obstacle. En revanche, ce qui est d’une importance capitale, c’est l’énergie déployée pour matérialiser quelque chose. Ne perdez pas votre temps à lui citer le proverbe Quand on veut, on peut, car il y a belle lurette qu’il en est convaincu.

Possédant une capacité de travail hors du commun, il est bien présent dans ses établissements, car il exploite également une buanderie commerciale. Comme on dit, il aime être à la fois au four et au moulin. Pendant qu’il est derrière le comptoir, il en profite pour écouter ce que les clients ont à dire. Toutes les idées qui peuvent améliorer les façons de faire sont bienvenues. Mais les clients n’ont pas le monopole de son oreille : il est également à l’écoute de ses employés, qui, à ses yeux, peuvent détenir de l’information de première main pour améliorer le service.

En plus de tenir les commandes de ses deux commerces, qui comptent ensemble une quinzaine d’employés, l’entrepreneur est associé de près à plusieurs organismes et projets socioéconomiques dans sa communauté. Il occupe ainsi le siège n° 6 au sein du conseil municipal de sa collectivité et il est membre du conseil d’administration de la Société de développement commercial, en plus de siéger au conseil d’administration et au comité d’investissement du CLD Baie-James. Enfin, comme si ce n’était déjà pas assez, il fait partie du conseil d’administration d’une station de radio locale.

ALLER À LA RENCONTRE DES BESOINS, C’EST IMPORTANT !

Si vous n’avez pas reconnu M. Sylvain Cloutier, propriétaire du Dépanne-Nord Sermax, c’est que vous n’habitez pas Matagami et ne fréquentez pas ce commerce de proximité qui, en plus d’offrir les services d’un dépanneur conventionnel, est doté d’un comptoir de crème glacée pendant la belle saison et d’un comptoir de restauration rapide à longueur d’année. Les clients peuvent, en outre, y trouver une bonne sélection de films à louer. « Ce qui fait notre succès, c’est sûrement que l’équipe au grand complet du Dépanne-Nord Sermax a toujours le souci de bien répondre aux besoins de la clientèle. En fait, nous pensons à nos clients non seulement quand ils sont devant le comptoir, en chair et en os, mais également quand vient le moment de faire les achats ou de mettre au point un nouveau service », fait remarquer l’homme d’affaires matagamien.

Depuis 2000, année où M. Cloutier en est devenu propriétaire, le dépanneur n’a cessé de croître et a pratiquement doublé en superficie. Au fil des ans, des améliorations locatives ont été apportées, qui ont permis d’en rehausser l’attrait tout en enrichissant la gamme de produits et de services. La SADC de Matagami a d’ailleurs soutenu la croissance de l’entrepreneur, en lui accordant des prêts pour faire l’achat de nouveaux équipements destinés soit au comptoir laitier ou à celui de restauration rapide.

QUAND L’EXPERTISE SE REND DANS L’ENTREPRISE

Client de longue date de la SADC de Matagami, M. Cloutier a commencé à faire affaire avec l’organisme il y a maintenant plus de six ans. Les rapports étroits qui se sont développés entre le client et les membres de l’équipe demeurent placés sous le signe de la spontanéité : quand M^{me} Andrée Prince, agente de développement du service aux entreprises au sein de la SADC de Matagami, se rend au Dépanne-Nord Sermax, M. Cloutier en profite pour l’entretenir de ses projets, échanger des idées sur divers enjeux et préoccupations, et obtenir des conseils sur la bonne marche de ses affaires.

UN SERVICE UNIQUE À MATAGAMI

D’ailleurs, en 2006, la SADC de Matagami s’est de nouveau associée à M. Cloutier lorsqu’il s’est porté acquéreur d’une buanderie et qu’il a ainsi adjoint une division lavage au Dépanne-Nord. S’adressant tant au secteur commercial qu’au grand public, l’établissement offre également une grande variété de produits d’entretien. Le promoteur aime collectionner les exclusivités. Si son dépanneur est le seul à offrir un comptoir de restauration rapide, sa buanderie n’est pas en reste. Il n’y a qu’elle, en effet, à proposer un service de blanchisserie à Matagami. Ses clients lui en sont reconnaissants : sans elle, ils devaient se rendre dans la ville la plus proche pour y porter leurs articles. Le hic, c’est que celle-ci est située à 180 kilomètres de Matagami ! Aussi bien dire que sans M. Cloutier, il n’y aurait tout simplement pas de service de buanderie, à l’heure actuelle, dans cette localité du Nord-du-Québec.

Tout récemment, désireux d’accroître la productivité de son établissement et de décrocher d’autres contrats, le propriétaire a procédé à l’acquisition de nouvelles laveuses et sécheuses à la fine pointe de la technologie dans ce secteur. Là encore, il a bénéficié de l’appui de la SADC de Matagami pour réaliser ce projet de modernisation, ce qui amène son directeur général, M. François Cossette, à déclarer : « On peut résumer notre relation d’affaires avec M. Cloutier par la formule suivante : toutes les SADC du Québec devraient avoir la chance de compter au moins un entrepreneur de la trempe de M. Cloutier dans leur banque de clients ! »



UN JEUNE HOMME D'EXCEPTION AU NUNAVIK

Dans l'entreprise Nunavik Mechanical Contractor inc., on ne fait pas les choses comme les autres. Pour aller chez les clients, les employés se déplacent... en avion.

GRAND RAYON D'ACTION

À dire vrai, ce n'est pas tant par choix que par obligation. L'entreprise dessert, en effet, les 14 communautés du Nunavik, qui ne sont pas reliées entre elles par la route. Le transport constitue donc un défi de taille, tant pour l'accessibilité à des trajets variés et fréquents que pour les frais élevés de voyage. Sur ce dernier point, toutefois, comme le jeune fondateur de la Nunavik Mechanical Contractor, M. Willie Gadbois, est débrouillard, il a rapidement trouvé un moyen de contourner cet obstacle. Le transporteur aérien, Air Inuit, offrait un programme de réduction des coûts pour soulager les entrepreneurs ayant absolument besoin de se déplacer sur de grandes distances. Le jeune patron a pu se prévaloir de cette mesure avantageuse réservée aux entreprises en démarrage. En effet, grâce à un contrat qui lui a été attribué peu de temps après la création de sa compagnie, il a pu prendre à sa charge les frais de transport, sans oublier les autres coûts associés aux premiers pas d'une entreprise.

Les travaux de plomberie constituent l'activité principale de la Nunavik Mechanical Contractor. Mais celle-ci a plus d'une corde à son arc : elle offre aussi le service d'installation de conduits d'aération et de systèmes de chauffage à air chaud, l'isolation de toits et de parois de bâtiments, l'installation de portes et de fenêtres, et la réalisation de travaux de finition. Avant de devenir son propre patron, Willie Gadbois, qui a obtenu son diplôme de plombier en janvier 2011, a travaillé avec son père, Claude, qui était déjà dans le domaine et auprès de qui il a acquis des compétences qu'il met à profit chaque jour de sa vie.

STRATÉGIE À SUIVRE POUR ASSURER LA CROISSANCE

Une fois l'entreprise mise sur pied, les contrats n'ont pas tardé à suivre. M. Gadbois fait ainsi travailler près d'une vingtaine de personnes, qui occupent des emplois à temps plein, à temps partiel ou saisonniers. L'un de ces contrats qui a donné de l'élan à l'entreprise nouvellement formée a été l'entretien de bâtiments pour le compte de l'Office municipal d'habitation Kativik, organisme propriétaire de l'ensemble des logements sociaux au Nunavik. Grâce à sa ténacité, M. Gadbois a réussi en peu de temps à devenir un fournisseur de l'un des plus importants employeurs du Nord-du-Québec. « La Nunavik Mechanical Contractor fait également affaire avec plusieurs organismes régionaux. Avec les revenus générés par ces contrats, mon entreprise peut acquérir de plus en plus d'équipement et créer plus d'emplois à temps complet », confie M. Gadbois.

La Nunavik Mechanical Contractor fait maintenant affaire avec l'Administration régionale Kativik, la Commission scolaire Kativik, Hydro-Québec et bien d'autres donneurs d'ordres importants dans le Nord-du-Québec. L'entreprise joue un rôle essentiel à l'échelle régionale; aux entreprises et aux organisations publiques présentes dans les collectivités du Nunavik, elle permet en effet d'avoir accès à des services d'entretien de bâtiments. Grâce à une efficacité reconnue, elle est en mesure de réagir en un laps de temps très court et d'assurer un service de réparation indispensable en cas de panne de courant. À cet égard, la compagnie offre déjà un excellent service d'urgence, disponible tous les jours, 24 heures sur 24. Il va sans dire que ce service est très apprécié par tous au Nunavik.

UN BON TUYAU

La création d'une entreprise par génération spontanée est malheureusement une chimère. Tous les détails ont de l'importance, y compris le moment approprié pour lancer une entreprise telle que la Nunavik Mechanical Contractor, et ce, même si, comme M. Gadbois, on est passionné par tout ce qui touche la plomberie et, plus généralement, le bâtiment. Malgré sa jeunesse, l'entrepreneur a fait preuve d'un flair exemplaire en sachant tirer avantage d'un contexte favorable. En effet, au moment où il terminait sa formation, il a eu vent qu'un important contrat allait être adjugé au Nunavik. Le jeune homme a donc tout mis en œuvre pour créer son entreprise et obtenir le contrat. Il a également démontré son désir d'entreprendre et son audace en se lançant en affaires juste après avoir reçu son diplôme.

IL NE FAIT PAS CAVALIER SEUL

La SADC Nunavik Investment Corporation (NIC) a, elle aussi, été prompte à agir. Elle a tenu à prendre des risques en débloquant les fonds nécessaires pour que M. Gadbois dispose des ressources suffisantes pour bien préparer sa proposition de fournisseur. Grâce à la démarche de la Nunavik, le jeune patron a eu la capacité financière pour embaucher rapidement du personnel compétent, faire l'acquisition d'outillage et payer les frais de transport pour permettre à ses employés de se rendre sur les lieux de travail. « Comme on s'en doute, les institutions prêteuses traditionnelles n'offraient pas ce type d'aide financière comportant des modalités des plus souples. Mais, fort de ses talents d'administrateur, Willie Gadbois a tout de suite su comment utiliser diligemment le fonds de roulement que lui a consenti notre organisme, et il l'a même très bien rentabilisé ! » fait remarquer la directrice générale de la NIC, M^{me} Martha Gordon.

Par ailleurs, l'entrepreneur a également bénéficié des conseils de l'équipe de l'organisme de développement socioéconomique, entre autres sur la façon d'amorcer ses activités. Tout au long des étapes, la Nunavik Investment Corporation a travaillé avec le Centre local de développement (CLD) Kativik, l'Administration régionale Kativik et le Fonds Makigiaruitit.

VALEURS BIEN ANCRÉES

Originaire de Kuujjuaq, Willie Gadbois a les traditions de sa famille et de ses ancêtres à cœur. Il pratique avec grand plaisir la chasse et la pêche. En outre, les particularités culturelles des Inuits occupent une place centrale dans ses activités quotidiennes. Il attache une grande importance à la famille et aux valeurs qu'elle sous-tend. À ses yeux, il s'agit du pilier le plus solide d'une vie équilibrée et réussie. Il prend donc grand soin des personnes de son entourage et profite pleinement de tous les moments qu'il peut passer avec elles. « Chaque fois que le travail me le permet, il n'y a rien que j'aime plus que de revenir dans ma collectivité après un séjour à l'extérieur », résume-t-il.

Willie Gadbois possède l'énergie propre à son âge. Et, disposition essentielle pour réussir en affaires, le travail ne lui fait pas peur. Bien au contraire, il travaille très fort, sans compter ses heures. Même lorsqu'il a une tâche très exigeante à accomplir, il a toujours le sourire aux lèvres, ce qui étonne encore aujourd'hui ceux qui travaillent avec lui. Comme il maîtrise l'anglais, l'inuktitut et le français, il peut communiquer facilement avec tous ses clients et avoir une approche très personnalisée avec chacun d'eux. Dynamique, le jeune homme veille à ce que ses efforts portent fruit et qu'ils concourent à la croissance rapide de l'entreprise qu'il a mise au monde.

UN VENT DE DYNAMISME À KUUJJUAQ

Au final, les emplois créés par la Nunavik Mechanical Contractor et la gamme étendue de services offerts aux clients rendent les collectivités du Nunavik très fières. De façon évidente, que cette entreprise fructueuse ait été fondée par un jeune originaire de Kuujjuaq constitue également un symbole de fierté. Willie Gadbois, grâce à ses qualités personnelles et à l'aide de la NIC, apporte du dynamisme à sa communauté.

ATTEINDRE LA HAUTE VITESSE D'UN SIMPLE CLIC

En 2009, 73 % des foyers québécois étaient branchés à Internet. De ce nombre, un peu plus de 85 % étaient abonnés à Internet haute vitesse. Si, dans la région métropolitaine de Montréal, 89,3 % des foyers bénéficiaient du haut débit, ce taux baissait à 80,3 % dans l'Ouest du Québec et à 75,6 % dans l'Est¹.

Ces statistiques masquent cependant une réalité : de très nombreux individus, entreprises et organismes ne sont pas encore reliés à Internet à haut débit pour la simple et bonne raison que ce service n'est pas disponible dans leur localité. C'est encore le cas d'une partie de la Gaspésie. Mais, fort heureusement depuis quelque cinq ans, le territoire non couvert par Internet haute vitesse rétrécit considérablement grâce à Navigue.com.

JOUER LA CARTE DE LA DIFFÉRENCE

En 2005, en effet, un petit groupe de gens d'affaires jettent les bases d'une entreprise dont l'objectif est d'offrir la connexion Internet à des secteurs impossibles à desservir avec les technologies les plus courantes (câble ou modem téléphonique). Navigue.com opte donc pour la transmission par micro-ondes, qui assure aux abonnés un service rapide et sécuritaire, tout en étant abordable. Et pour distancer ses concurrents, elle érige cette particularité en règle : le nombre d'abonnés ne sera jamais un motif pour refuser le branchement à Internet haute vitesse.

Les premiers pas de l'entreprise sont ardues. Elle doit faire face aux fournisseurs d'accès Internet, qui ne voient pas nécessairement d'un bon œil l'arrivée d'un compétiteur aux idées novatrices. La question du financement n'est pas non plus de celles qui se règlent en criant ciseau. Il faut réussir à susciter l'intérêt des bailleurs de fonds envers des technologies de communication qui sortent des sentiers battus.

LA SADC BAIE-DES-CHALEURS PASSE À L'ACTION

La SADC Baie-des-Chaleurs entre alors en jeu et accueille favorablement la demande de financement pour le démarrage des activités de Navigue.com. « La capitalisation est un facteur important de survie pour une entreprise nouvellement formée. Nous tenions donc à nous associer à cette initiative structurante, dont le plus grand mérite est de faire profiter la population de la Baie-des-Chaleurs d'un outil de développement moderne lui donnant plus de chances de tirer son épingle du jeu », souligne la directrice générale de la SADC Baie-des-Chaleurs, M^{me} Lyne Lebrasseur. D'autant plus que le projet avait des fondements solides : la direction de l'entreprise avait au préalable sondé le marché et avait en main nombre de lettres d'intention de la part de futurs clients.



UNE ENTREPRISE EN EFFERVESCENCE

En 2007, le rideau se lève sur la nouvelle entreprise, qui s'établit à Saint-Godefroi, petite collectivité mise à mal par le contexte économique et à qui l'arrivée de Navigue.com donne un élan appréciable. À titre d'exemple, Navigue.com avait recours à trois salariés au début; elle procure aujourd'hui du travail à dix-huit personnes et elle est ainsi devenue un important employeur. Qui plus est, il s'agit d'emplois pérennes, bien rémunérés, dans un domaine de technologie d'avant-garde.

Dirigée par trois hommes d'affaires formant une équipe rom-pue aux processus de gestion et possédant une connaissance approfondie du territoire, soit le propriétaire, M. Gilles Arsenault, le directeur général, M. Borromée Thériault, et le chargé du développement des ventes et du marketing, M. Jean-Marie Perreault, Navigue.com est en progression constante. Elle peut, en effet, s'enorgueillir d'avoir recruté 1 700 clients et de réaliser un chiffre d'affaires de plus de 1 M\$.

LES INGRÉDIENTS D'UN SUCCÈS RETENTISSANT

Même si elle engrange les succès, Navigue.com cherche constamment à étoffer ses produits et services. À ses activités premières, elle a ainsi greffé la conception de sites Web en offrant des services de photographie et de tournage de vidéos, et en aménageant un studio d'enregistrement, ouvrant ainsi la voie à la réalisation de montages vidéo plus sophistiqués. Parmi les projets qui mûrissent sur la planche à dessin des administrateurs de l'entreprise, mentionnons la desserte de nouveaux territoires vers l'ouest de la Baie-des-Chaleurs (Escumiac et Pointe-à-la-Croix, entre autres), mais également dans le secteur de Forillon et les environs de Sainte-Anne-des-Monts et de Cap-Seize. Toujours à l'affût d'occasions de croissance, Navigue.com s'est fixé l'objectif ambitieux de recruter 3 000 nouveaux clients au cours des trois prochaines années. Par ailleurs, l'entreprise entend proposer d'ici peu une offre intégrée qui permettrait aux abonnés de n'avoir qu'un seul fournisseur pour Internet et la téléphonie. À lui seul, ce projet entraînera l'aménagement de 52 nouveaux sites de transmission, qui s'ajouteront aux 43 déjà en service. Si Napoléon I^{er} disait qu'*impossible* n'était pas français, les dirigeants de l'entreprise, eux, sont convaincus qu'*irréalisable* n'est pas gaspésien !

DES VALEURS QUI LAISSENT DES TRACES

La vision de Navigue.com fait la part belle au contact avec le milieu. C'est pourquoi ses dirigeants sont engagés dans un programme de mentorat et sont enthousiastes à l'idée de faire profiter de jeunes entrepreneurs gaspésiens de leur bagage expé-

rientiel. Ils ont également à cœur de s'associer à la tenue d'activités sportives, notamment en les commanditant, et assurent une présence soutenue auprès de la Chambre de commerce locale. Par ailleurs, Navigue.com a une préoccupation pour le patrimoine bâti de Saint-Godefroi. Dans ce contexte, le choix d'une école désaffectée pour y établir ses bureaux s'est donc imposé, ce qui a permis de revaloriser un bâtiment et de lui conférer une nouvelle vocation. Par ailleurs, son souci de l'environnement pousse l'entreprise à installer ses tours de transmission dans des endroits où elles ne viennent pas altérer la beauté des paysages.

« UN VOYAGE AU PAYS DU POSSIBLE »

Comme le fait remarquer M. Jean-Marie Perreault, dans une formule percutante comme une inscription de médaille : « Une visite à la SADC Baie-des-Chaleurs, c'est une rencontre au pays du possible ! » Il est vrai que Navigue.com a pu bénéficier à maintes reprises des programmes et des services de la SADC. Celle-ci est notamment intervenue financièrement pour soutenir le plan d'expansion de l'entreprise et fournir des conseils et des renseignements facilitant la prise de décisions éclairées. De plus, grâce au programme de stages administré par la SADC Baie-des-Chaleurs, Navigue.com a pu retenir les services d'une personne. Enfin, elle s'est prévalu du programme Objectif carrière, de Service Canada, mis à sa disposition par l'intermédiaire de la SADC.

Tout bien considéré, Navigue.com participe pleinement au développement économique de la région de la Baie-des-Chaleurs. Ses activités favorisent à coup sûr le maintien des Gaspésiens dans le milieu de vie qui les a vus naître et grandir. C'est une réalisation à laquelle souscrit sans réserve la SADC Baie-des-Chaleurs, puisqu'elle y met elle-même beaucoup d'énergie.



1. Données tirées du site Web du Centre francophone d'informatisation des organisations (CEFRIO).

SECONDE VIE POUR UNE ENTREPRISE

La plupart des gens se souviendront de l'année 2007 comme de celle où la crise boursière s'est étendue au système bancaire, puis à l'économie mondiale. Mais pour M. Francis Dupuis, cette année sera mémorable pour une tout autre raison : il est devenu propriétaire d'Aquaculture Gaspésie inc.

D'EMPLOYÉ À EMPLOYEUR

Originaire de la Gaspésie et biologiste de formation, M. Dupuis occupait le poste de directeur des opérations au sein de Marinard ltée, une société établie à Gaspé et engagée principalement dans la production d'ombles de fontaine et d'ombles chevaliers aux fins de consommation et d'ensemencement des plans d'eau. Toutefois, après plus de dix années d'activité dans ce créneau difficile à rentabiliser, Marinard décide de se retirer de l'élevage de truites et, du même souffle, elle propose à son cadre de reprendre le flambeau en acquérant graduellement l'entreprise par le rachat d'actions. M. Dupuis aime relever des défis. Par conséquent, il n'allait sûrement pas en laisser passer un de cette taille.

« C'est certainement le désir de demeurer en région et d'y poursuivre ma carrière qui a été un facteur déterminant dans ma décision de racheter les opérations aquicoles de Marinard. L'aquaculture constitue un domaine qui me passionne toujours et qui n'a pas fini de m'émerveiller, même si j'y travaille depuis de nombreuses années. C'est aussi un secteur promis à un avenir brillant, si l'on pense qu'en 2008, la production mondiale de l'aquaculture atteignait 68,3 millions de tonnes et qu'elle était en hausse constante depuis 1950, tandis que les captures de poissons étaient à la baisse », affirme-t-il.

Faire la transition d'employé à employeur demande une réflexion approfondie. Au fil des ans, le futur propriétaire avait pensé à des mesures à mettre en place pour accroître la rentabilité de l'entreprise qui lui était offerte. M. Dupuis voulait se lancer en affaires, mais pas sans précaution. Pour se préparer à assumer pleinement son nouveau rôle de chef d'entreprise et mettre toutes les chances de son côté, il élabore son plan d'affaires avec l'aide de la SADC de Gaspé et du cabinet Raymond Chabot Grant Thornton.

En s'adressant à la SADC, Francis Dupuis était en pays de connaissance. « Nous privilégions les pêches et l'aquaculture comme secteur d'investissement », souligne le directeur général de la SADC de Gaspé, M. Mario Cotton. « M. Dupuis, désireux de prendre une part active au développement de notre région, avait d'abord été délégué par son employeur pour représenter ce secteur d'activité au conseil d'administration de la SADC de Gaspé. Ses fonctions l'avaient également amené à siéger pendant quelques années à notre comité d'investissement. L'expérience qu'il a acquise au sein d'un organisme de développement économique s'est révélée des plus avantageuses pour ses projets de carrière. »

RÔLE CATALYSEUR POUR LA SADC DE GASPÉ

Avant de prendre les rênes de son entreprise, M. Dupuis renonce à son poste d'administrateur de la SADC de Gaspé, afin de pouvoir se prévaloir du soutien technique et financier offert par cette dernière et, surtout, de pouvoir consacrer toute son énergie à son projet de relève entrepreneuriale. Pour lui, entrepreneur, c'est un travail à temps complet.

Avec l'aide de différents partenaires – La Financière agricole du Québec (FAQ), le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ), le Centre local de développement (CLD), le Fonds de diversification économique des régions et Marinard ltée –, le promoteur, qui possède vision et clairvoyance à profusion, dresse alors un diagnostic des opérations et des infrastructures, grâce auquel il est en mesure de déterminer ses priorités pour améliorer de façon marquée la performance de la station piscicole. M. Dupuis propose notamment d'ajouter un étang de pêche aux installations de l'entreprise, d'augmenter la production de l'espèce la plus performante, c'est-à-dire l'omble chevalier, et d'étendre son marché vers les Maritimes et l'Ontario. Autant de projets audacieux, surtout à un moment où la majorité des entreprises piscicoles du Québec ferment leurs portes...

Mais l'homme d'affaires, averti malgré son jeune âge, puise dans son expérience et sa détermination pour présenter aux investisseurs un projet de relève en béton, dans lequel les coûts de production sont très bien contrôlés – au gramme près, en fait – et dont les rendements sont optimisés. La partie est gagnée.

La SADC de Gaspé reconnaît également le potentiel du projet d'acquisition de M. Dupuis et intervient après d'autres partenaires plus hésitants pour les conforter. Elle n'hésite pas à investir par l'intermédiaire de la Stratégie jeunesse et de son fonds régulier. « La relation d'affaires, basée sur la confiance, qui s'est établie dès le départ entre l'équipe de la SADC et moi-même a été très enrichissante. Le suivi personnalisé, les visites en entreprise et la disponibilité du personnel de la SADC assurent une meilleure compréhension des besoins du client. Pour toutes ces raisons, j'ai l'intention, dans un avenir rapproché, de faire de nouveau appel à l'expertise de la SADC de Gaspé pour vérifier la faisabilité de mes idées d'expansion et lui demander de mettre l'épaule à la roue », affirme M. Dupuis.

DU POISSON, C'EST AUSSI BON POUR LA SANTÉ... ÉCONOMIQUE

Quand on fait le bilan de la situation, force est d'admettre en premier lieu que l'action de M. Dupuis a non seulement permis de conserver une entreprise technologique en région, mais également de lui donner une impulsion. Aujourd'hui, en effet, Aquaculture Gaspésie produit 65 tonnes d'ombles par année et offre trois emplois à temps plein. Depuis 2007, le chiffre d'affaires a bondi de 35 % et atteint près de 500 000 \$ par année.

Un établissement comme Aquaculture Gaspésie se caractérise par une production très mécanisée et informatisée, la moindre erreur pouvant être fatale. Chaque gramme de chair en plus ou en moins peut entraîner des répercussions néfastes sur la rentabilité des opérations d'élevage. Fort de son expérience dans le domaine, M. Dupuis sait gérer les activités d'une main de maître. Il juge essentiel de toujours rechercher de nouvelles techniques et méthodes. Innover et ne rien tenir pour acquis sont, pour lui, deux balises qui influent grandement sur la réussite d'une entreprise. La concurrence, en effet, demeure très vive dans son secteur, et les normes de production sont toujours plus élevées.

Pour assurer le développement de son établissement, Francis Dupuis mise sur un réseau de distribution solidement implanté et un marché bien établi. Ses produits sont offerts dans les magasins d'alimentation et les poissonneries du Québec. En outre, nombre de restaurants servent les ombles d'Aquaculture Gaspésie à leurs clients, qui en redemandent en raison de leur grande qualité. Bien enracinée, l'entreprise a essuyé de nombreuses tempêtes. Ces poissons sont aujourd'hui de bons ambassadeurs de l'excellence des produits du terroir gaspésien.



LE TRAVAIL... LA CLÉ DU SUCCÈS POUR ARMOIRES DES MONTS

Armoires des Monts, à Sainte-Anne-des-Monts, en Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine, fabrique sur mesure des armoires de cuisine et de salle de bains, principalement destinées au marché de la construction et de la rénovation résidentielles, et dessert les marchés de la Côte-Nord, du Bas-Saint-Laurent et, bien entendu, de la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine.

LA QUALITÉ, TOUJOURS UNE PRIORITÉ

Le fabricant approvisionne bon nombre d'ébénistes qui couvrent le territoire gaspésien, en plus de compter parmi ses clients des grossistes comme Rona et Réno-Dépôt. Son carnet de commandes est suffisamment bien garni pour avoir permis la transformation des emplois saisonniers en postes permanents et procurer du travail pendant toute l'année à une douzaine d'employés. Aussi, l'entreprise manufacturière abrite un centre de coupe autorisé pour une compagnie qui se spécialise dans les dessus de comptoirs et les portes en thermoplastique. Enfin, elle prend à sa charge la conception d'éléments architecturaux et de mobiliers intégrés, principalement pour le marché commercial et institutionnel. Elle a notamment effectué des travaux pour la Société des établissements de plein air du Québec (SÉPAQ).

Entreprise familiale au moment de sa création, elle a fait l'objet d'une restructuration au cours de l'année 2001-2002. Deux actionnaires exercent maintenant le contrôle des Armoires des Monts, soit M. Marcel Savard, directeur général, qui veille à la gestion administrative et au développement de l'entreprise, et son frère, M. Bruno Savard, qui a la responsabilité des opérations de production de l'usine. L'entreprise annemontoise est reconnue pour la qualité et la diversité de ses produits, tant en ce qui a trait au design, aux matériaux utilisés qu'aux techniques d'assemblage et d'installation.

COMPTER SUR LE SOUTIEN D'UNE SADC, C'EST UN ATOUT EN AFFAIRES !

L'entreprise se distingue également en ayant été le tout premier client de la SADC de Gaspé-Nord, ses contacts initiaux remontant à 1988, l'année de création de la SADC. Près d'un quart de siècle plus tard, elle est toujours en relation d'affaires avec la SADC, qui lui a fourni du financement à plusieurs reprises pour différents projets : capitalisation de l'entreprise, expansion, modernisation et agrandissement de ses locaux. M. Savard, qui a également pu profiter des services-conseils à différentes étapes du développement des Armoires des Monts, se félicite d'ailleurs d'avoir noué des liens étroits avec l'équipe de la SADC de Gaspé-Nord : « Pas question de laisser la SADC s'éloigner de notre entreprise, affirme-t-il. La plus-value que ses conseillers nous apportent est bien trop précieuse. »

Le soutien apporté par la SADC ne se limite pas à l'utilisation de son fonds d'investissement et aux conseils de son personnel. En effet, M. Savard se fait un devoir et un point d'honneur de participer à tous les ateliers, formations et conférences donnés par la SADC ou grâce à sa participation financière. Également, la SADC dispose, depuis quelques années, d'un fonds lui permettant de contribuer financièrement, et sans en demander le remboursement ultérieur, au recours de l'entreprise à des ressources professionnelles externes. Armoires des Monts a donc pu bénéficier de cette aide supplémentaire afin d'augmenter la rentabilité et la productivité de ses opérations, et

d'améliorer les compétences de ses gestionnaires. Ces compétences acquises au fil des ans ont permis à Marcel Savard, aidé techniquement par les conseillers de la SADC, de concevoir différents logiciels et utilitaires facilitant le suivi des commandes, le contrôle des coûts de production et de l'inventaire, etc.

TOUJOURS EN PROCESSUS D'AMÉLIORATION CONTINUE

L'amélioration continue – de moi-même, de mon mode de gestion et de mon entreprise – sont des mots que M. Savard verrait bien imprimés sur le papier à lettres des Armoires des Monts. Pour lui, en effet, offrir sans interruption un service de qualité à sa clientèle revêt une importance cruciale. Il ne s'agit pas seulement d'une façon parmi d'autres de se distinguer de ses concurrents, mais bien d'une condition essentielle pour continuer à croître. C'est aussi pour atteindre cet objectif que le propriétaire prend des mesures pour maintenir la compétitivité de l'entreprise dans un secteur où la concurrence est vive.

Développement, expansion, essor : les mots ne sont pas trop forts. Bien qu'ayant presque cinq fois l'âge de raison – l'entreprise a été fondée en 1979 –, la croissance de l'entreprise Armoires des Monts est toujours un sujet d'actualité pour Marcel Savard. À l'été 2010, par exemple, un énorme projet de modernisation des équipements, impliquant l'agrandissement et le réaménagement complet de l'usine, de la salle d'exposition et des bureaux administratifs a été mis en œuvre en vue d'accroître la capacité de production de l'établissement et de rehausser sa productivité, le tout afin de gagner de nouvelles parts de marché.

DES EFFORTS RÉCOMPENSÉS

En novembre 2009, les Armoires des Monts ont été lauréates du prix Entreprise de l'année, lors du 7^e Gala de la Reconnaissance Desjardins de la Chambre de commerce de la Haute-Gaspésie. Une distinction qui venait reconnaître 30 ans d'efforts et de travail. La même année, l'entreprise remportait également les prix Support au développement des ressources humaines et Entreprise exportant à l'extérieur de la Haute-Gaspésie. Cette année, c'est le prix Amélioration et revitalisation commerciale que Marcel Savard est allé chercher devant les applaudissements de ses pairs entrepreneurs.

En dépit de ses importantes fonctions qui l'amènent très souvent à l'avant-scène, Marcel Savard demeure un homme essentiellement modeste, voire humble. « Avoir sa propre entreprise, c'est un perpétuel recommencement, mais en plaçant chaque fois la barre un peu plus haut », affirme-t-il. Mais ce qu'il fuit comme la peste : les certitudes inébranlables en affaires. Aussi, avant de prendre une décision, il prend toujours le pouls de son entourage, consulte l'équipe de la SADC et sonde son propre réseau de pairs, notamment le regroupement des chefs d'entreprise du Québec,

dont il est un membre fondateur pour la cellule de la Haute-Gaspésie. « C'est sans doute grâce à cette disposition innée qu'il est constamment en mode solution. Si un problème se présente, il préfère toujours l'examiner non pas sous l'angle de la difficulté ou de l'embarras, mais plutôt sous celui de l'amélioration qui peut découler de la recherche, puis de l'application d'une solution », observe, pour sa part, le directeur général de la SADC de Gaspé-Nord, M. Richard Marin.

Très impliqué dans la collectivité, M. Savard est un disciple de la philosophie préconisant de redonner ce que l'on a reçu. C'est pourquoi il n'hésite pas à donner de son temps et à contribuer sous forme de dons en tous genres, entre autres à la Fondation Santé de la Haute-Gaspésie, au Club de golf, à l'École de musique, à la Chambre de commerce, etc. Les jeunes et la relève lui tiennent également beaucoup à cœur, et c'est pourquoi il est toujours enclin à prodiguer des conseils et des encouragements aux jeunes entrepreneurs et à accueillir des stagiaires au sein de son entreprise.

Même s'il préfère l'ombre aux projecteurs, M. Savard est considéré par la collectivité d'affaires comme un homme de cœur et un modèle. Plus d'une fois, il a fait office d'ambassadeur et de porte-parole lors d'événements organisés par la SADC. Il a également siégé à de nombreux conseils d'administration et tables sectorielles à l'échelle régionale. Il ne compte pas ses heures, n'hésite pas à mettre l'épaule à la roue et il a toujours cette étincelle qui brille dans ses yeux et qui fait de lui un homme et un entrepreneur passionné.



SAVOURER LE GOÛT UNIQUE DES ÎLES-DE-LA-MADELEINE

La Fromagerie du Pied-de-Vent, établie depuis plus de dix ans maintenant, à Havre-aux-Maisons, aux Îles-de-la-Madeleine, produit quelque 110 meules de fromage par jour.

Outre le Pied-de-Vent, un fromage à croûte légèrement lavée, et la Tomme des Demoiselles, une pâte pressée de six mois d'affinage, la fromagerie artisanale fabrique du cheddar et la *Crème des îles*, un produit traditionnel, soit un condensé de crème 100 % naturelle, ne contenant aucun agent de conservation et offert uniquement dans l'archipel. Sur place, un troupeau de 80 têtes donne en moyenne 850 litres de lait par jour. La fromagerie emploie une douzaine de personnes, mais ce chiffre grimpe à quinze lors des pics d'activité.

REPARTIR DE ZÉRO

Octobre 1998, début de l'aventure. Un troupeau de vaches débarque aux Îles-de-la-Madeleine au terme d'un voyage qui a débuté à L'Isle-Verte dans le Bas-Saint-Laurent. L'événement est tout, sauf banal. Il a été orchestré par M. Jérémie Arseneau, un éleveur de bovins de boucherie, qui a pris la décision non seulement de réintroduire la vache laitière dans l'archipel, mais également de mettre sur pied une fromagerie. Il entend bien collaborer à mettre en valeur l'extraordinaire terroir des Îles, même si cette décision implique un changement marqué de son mode de vie.

Pour alimenter la fromagerie, il a choisi la vache Canadienne, qui est la descendante des bêtes introduites en Nouvelle-France par Jacques Cartier au début des années 1540 et par Samuel de Champlain entre 1608 et 1610¹. Cette petite vache noire, plus réputée pour la qualité que la quantité de sa production, donne un lait riche en gras et en protéines convenant parfaitement pour les fromages spécialisés auxquels M. Arseneau songe.

EN CONTACT AVEC LA SADC DES ÎLES-DE-LA-MADELEINE

Lorsque M. Arseneau s'est mis en rapport avec la SADC des Îles-de-la-Madeleine, c'était pour lui demander de l'accompagner dans son projet d'établissement d'une fromagerie, ce qu'elle était en position de faire en lui fournissant du financement. Comme il le souligne : « Le soutien financier et humain de la SADC a été très important dans le développement de la Fromagerie du Pied-de-Vent et de la ferme Pointe-Basse aux Îles-de-la-Madeleine. On la remercie d'être toujours là ! » L'équipe de la SADC a, par la suite, prêté son concours à l'entrepreneur pour réaliser la restructuration organisationnelle, rendue nécessaire par l'expansion de la fromagerie et en vue de son adhésion au réseau ÉCONOMUSÉE®. « La SADC continue à participer à la vie de l'entreprise, en accompagnant, entre autres, la réflexion stratégique de M. Arseneau. Notre relation d'affaires s'appuie sur la complémentarité de nos savoir-faire », fait remarquer le directeur général de la SADC des Îles-de-la-Madeleine, M. Daniel Gaudet.

1. Information tirée du site Web du Musée de l'agriculture du Canada (<http://www.agriculture.technomuses.ca/francais/tour/breeds.cfm>).

FIER ET AVEC RAISON

Membre du regroupement de producteurs Le Bon goût frais des Îles-de-la-Madeleine, la fromagerie a su se tailler une place de choix sur le marché des produits du terroir québécois. Sa réussite repose en bonne partie sur le dynamisme et le fort sentiment d'appartenance au milieu madelinot de son fondateur. Les ingrédients secrets des fromages, ce sont très certainement la fierté et l'énergie de M. Arseneau, qui demeure constamment à l'affût des changements dans l'industrie fromagère, artisanale comme industrielle, qui suit de près l'évolution du marché et qui s'intéresse aux avancées dans son secteur d'activité. Sans l'avoir inscrite au fronton de sa fromagerie, la devise qui guide ses pas est probablement : *Qui n'avance pas recule*. C'est pourquoi, au lieu de se reposer sur ses lauriers, l'entrepreneur madelinot s'emploie maintenant à obtenir la certification fédérale, ce qui lui ouvrira des perspectives prometteuses.

Dans un autre ordre d'idées, la Fromagerie du Pied-de-Vent a reçu, en 2010, le trophée Développement durable et environnement – Mines Seleine, au Gala des Éloizes. Cette reconnaissance soulignait son approche professionnelle pour favoriser le développement durable.

Toute la communauté des Îles tire une grande fierté de la Fromagerie du Pied-de-Vent, qui constitue la première entreprise issue du milieu à s'engager dans les produits à valeur ajoutée. Elle est une source d'inspiration pour les entreprises existantes et celles qui pourraient émerger dans d'autres secteurs économiques. Sans oublier que ses activités ont l'effet d'un tonique sur l'agriculture locale. À cet égard, il suffit de penser que le troupeau de Canadiennes n'est nourri qu'avec des fourrages salés cultivés en sol madelinot. Par ailleurs, la présence de la fromagerie a certainement influé sur la décision de garder ouvert l'abattoir local, un geste dont bénéficient les producteurs agricoles de l'archipel.

FAIRE CORPS AVEC L'ENTREPRISE

Rendre son entreprise plus efficace et plus rentable est également une préoccupation de tous les instants pour M. Arseneau. Il est convaincu, toutefois, que cette démarche ne doit jamais se faire au détriment du mieux-être des ressources humaines qui sont à pied d'œuvre 365 jours par année dans une fromagerie où la production ne connaît ni les jours fériés ni les vacances. Le propriétaire et ses collaborateurs évaluent le succès de leurs initiatives dans la mesure où ils arrivent à faire partager leur passion et leur enthousiasme à leurs employés.

DE NOUVEAUX DÉFIS À L'HORIZON

La Fromagerie du Pied-de-Vent a décidé de relever un nouveau défi dans le créneau de l'agrotourisme. Depuis juillet 2010, en effet, elle est devenue le troisième économusée de l'archipel. M. Arseneau juge important d'accueillir des visiteurs et de leur donner l'occasion de découvrir les étapes de fabrication des fromages en voyant les artisans au travail. De plus, l'ajout d'un tel volet contribue à bonifier l'offre touristique des Îles et accroît son attractivité auprès des croisiéristes de plus en plus nombreux qui y feront escale. Par ailleurs, dans l'esprit de partage qui le caractérise, M. Arseneau fait profiter d'autres producteurs de l'archipel de l'achalandage généré par l'économusée. Il leur réserve de l'espace sur les tablettes, de sorte que les visiteurs peuvent aussi faire ample provision de produits du terroir madelinot. Une façon originale de se délecter de ses souvenirs de vacances...

EN GASPÉSIE, UN SAUMON FUMÉ QUI FAIT RECETTE

Tout cuisinier digne de ce nom se doit d'avoir une bonne recette pour apprêter le saumon. M. Alain Méthot ne fait pas exception à la règle. Le procédé qu'il a mis au point pour fumer le saumon de l'Atlantique dans les règles de l'art est complexe. Il lui a fallu expérimenter et raffiner le processus pendant de nombreuses années, qui trouvent aujourd'hui leur récompense dans le fait que la production de saumon fumé du Fumoir Monsieur Émile a bondi de 250 à 1 000 kilogrammes par semaine, et ce, en moins de cinq ans.

UN SAUMON PAS COMME LES AUTRES

Le Fumoir Monsieur Émile est établi à Percé, en Gaspésie. Grâce à des produits de grande qualité, présentant une texture et un goût qui les distinguent nettement de ceux de ses concurrents, il rayonne un peu partout au Québec, de Montréal à la Vieille Capitale, en passant par l'Estrie, les Laurentides et, bien entendu, la Gaspésie. Le saumon de Monsieur Émile fait l'objet de grands soins à toutes les étapes du processus de fumaison. Il est d'abord traité et mariné selon une recette secrète élaborée par M. Méthot, puis il est fumé à froid au bran de scie d'érable. Ce produit authentique et typiquement gaspésien, dont le goût incomparable ne peut être reproduit par des techniques modernes, est destiné aux marchés de la vente au détail et de la restauration.

DES ENTREPRENEURS EN CHAIR ET EN... PENSÉE !

M. Méthot n'a rien d'un novice. Il possède une expérience de plus de vingt ans dans le fumage du poisson. Ce qui n'était qu'un passe-temps au début s'est rapidement transformé en véritable passion, et c'est sur un savoir-faire des plus précieux qu'il a voulu tabler pour se créer un emploi à plein temps en Gaspésie. Et lorsqu'il a demandé à sa conjointe, M^{me} Cathy Poirier, qui gérât le restaurant *Les Fous de Bassan*, à Percé, d'être son associée dans l'aventure du Fumoir, elle a spontanément trouvé l'occasion intéressante. « J'ai adhéré immédiatement au projet d'Alain de mettre sur pied une entreprise viable et rentable », affirme aujourd'hui la copropriétaire du Fumoir Monsieur Émile.

Au Fumoir, chacun des conjoints a trouvé à mettre ses forces en valeur; si M. Méthot se charge de tous les aspects de la production, M^{me} Poirier s'occupe de la mise en marché au complet. Cet alliage d'expertises constitue l'un des piliers de l'entreprise et il est garant de son succès. C'est ainsi que les entrepreneurs ont réussi à faire la commercialisation d'un produit artisanal qui a séduit, dès le départ, les consommateurs.

Malgré un horaire bien rempli, M^{me} Poirier trouve du temps pour s'occuper de causes qui lui tiennent à cœur. Ainsi, elle agit à titre de vice-présidente de Femmessor Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine, qui répond aux besoins exprimés par les femmes entrepreneures dans la région, les fait bénéficier de services adaptés et les aide à développer leur potentiel. On la retrouve également à la vice-présidence de la Chambre de commerce de la MRC du Rocher-Percé.

UNE CROISSANCE RAPIDE

Pour répondre à une demande grandissante, il faut augmenter la production. Cathy Poirier et Alain Méthot ont donc dû rapidement passer d'une production artisanale à des opérations mécanisées. Cette étape ne manquait pas de difficultés, étant donné l'objectif principal que s'étaient fixé les deux propriétaires : ne rien perdre de la qualité initiale du produit, à la base de son excellente réputation. Tout comme au moment du démarrage du Fumoir Monsieur Émile, la SADC du Rocher-Percé a tenu à épauler les entrepreneurs dans la mise en œuvre de leur projet. Ce qui fait dire à la directrice générale de la SADC, M^{me} Andrée Roy : « Nous sommes très heureux de travailler avec cette jeune entreprise, qui transforme à l'année un produit dans un secteur généralement saisonnier en Gaspésie, et de participer à sa croissance. » Pour assurer le meilleur appui au Fumoir, la SADC a travaillé avec Développement économique Canada (DEC), les ministères des Affaires municipales, des Régions et de l'Occupation du territoire (MAMROT) ainsi que de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ) et l'ensemble des acteurs locaux.

En quatre ans, les propriétaires du Fumoir ont réussi à prendre de l'expansion à tel point qu'ils ont quadruplé leur production hebdomadaire. Cela s'est également fait en doublant – de deux à quatre – le nombre d'emplois permanents.

UNE ADRESSE À RETENIR SUR LA ROUTE AGROTOURISTIQUE

Le Fumoir Monsieur Émile participe à la richesse de l'offre agrotouristique de la Gaspésie. Ainsi, il accueille des visiteurs, qui peuvent du même coup se procurer ses excellents produits. De plus, il est membre de Gaspésie gourmande, une association engagée à promouvoir la Gaspésie comme destination gourmande et à mettre en valeur les produits alimentaires régionaux.

Au terme d'un programme d'investissement, lancé en 2009, qui a permis de doubler la superficie de l'usine et de la doter d'un équipement supplémentaire, le Fumoir Monsieur Émile a tout ce qu'il faut pour augmenter encore sa capacité de production. « La réalisation d'un projet aussi stratégique à cette étape de notre croissance nous permettra de répondre à la demande grandissante et de diversifier nos produits par l'ajout éventuel du fumage d'autres espèces, telles que le maquereau et l'omble chevalier », explique M. Méthot. Avec sa conjointe, il songe même à faire, dans un avenir rapproché, de l'exportation. Et comme ils sont conscients que leur croissance peut être facilitée par les médias sociaux, ils ont désormais une page Facebook. Les consommateurs intéressés aux produits du Fumoir Monsieur Émile peuvent facilement y trouver la liste complète des points de vente. Alors, « Goûtez-y ! » lancent les deux entrepreneurs aux gastronomes de la cyberplanète.



2007 : UN EXCELLENT MILLÉSIME POUR LA CRÉATION D'ENTREPRISES

Qu'ont en commun Barack Obama et Nicolas Sarkozy ? Bien sûr, ils ont été avocats avant d'accéder à de hautes fonctions, mais chacun d'eux s'est également vu offrir une boîte-cadeau remplie de succulents produits biologiques de l'érable dont Biodélices a fait sa spécialité et avec lesquels elle obtient un succès éclatant depuis sa création en 2007.

UNE ENTREPRISE QUI PLONGE SES RACINES DANS LE TERRAIN FAMILIAL
L'entreprise, établie à Thetford Mines en Chaudière-Appalaches, est dirigée par deux cousins, Serge et François Dubois. Pas encore trentenaires, les propriétaires ont eu la piqure de l'érable en bas âge : à 5 ans, ils ont commencé à travailler dans l'érablière familiale où s'activaient leur grand-père, puis leurs pères et leur oncle. C'est au contact de ces derniers qu'ils ont acquis une connaissance exceptionnelle de leur domaine d'activité, grâce à laquelle aujourd'hui ils sont aussi à l'aise dans la transformation de l'érable qu'un poisson dans l'eau ! Les cousins s'estiment chanceux d'avoir pu côtoyer ces pionniers de la production de sirop d'érable biologique, qui leur ont donné le goût de mettre sur pied une entreprise dans ce secteur d'activité.

UNE PRÉSENCE CONSTANTE
Pour Serge Dubois, il ne saurait être question de réaliser un projet d'entreprise sans avoir une bonne provision d'audace et de passion. Mais il ajoute aussitôt : « Entreprendre en sachant qu'on peut toujours compter sur sa famille à tous les moments de l'aventure, c'est la clé du succès. Le monde appartient peut-être aux audacieux, mais, à mes yeux, il s'agit surtout des audacieux qui sont appuyés par leur famille. » Et il enchaîne en affirmant : « La chose la plus importante que j'aie réussie, c'est de concilier famille et travail. » Justement, en ce qui a trait à l'importance de la famille, Serge est intarissable, car il peut encore maintenant bénéficier de son aide chaque fois qu'il y a un gros volume de commandes à remplir. Il confie également que dans son désir de se dépasser, il y a la volonté de léguer quelque chose de plus qu'un souvenir à ses enfants, et qui sait, peut-être même à ses petits-enfants.

UN BON COUP DE POUCE DE LA SADC DE L'AMIANTE
Témoin privilégié de leur cheminement, la SADC de L'Amiante est en relation avec les deux entrepreneurs depuis les tout premiers pas de Biodélices en 2007. Elle a d'ailleurs participé au montage financier qui a permis à l'entreprise de démarrer ses activités. Une décision que la SADC n'a pas hésité à prendre et, surtout, dont elle se réjouit encore aujourd'hui. « Biodélices sait mettre à profit son savoir-faire unique pour partir constamment à l'assaut de nouveaux marchés. C'est en prêtant main-forte à des entrepreneurs tels que Serge et François, qui voient grand, que nous favorisons le développement socioéconomique de nos collectivités », explique la directrice générale de la SADC de L'Amiante, M^{me} Luce Dubois. La SADC est également intervenue au fil des ans pour aider Biodélices à poursuivre sa croissance.

À L'HEURE DE LA RECONNAISSANCE
Voir grand... Ce n'est pas sans raison que Serge Dubois a été choisi comme quatrième finaliste, parmi des centaines de personnes inscrites venant de toutes les régions du Québec, lors de la troisième saison de l'émission *VoirGRAND.tv*¹, diffusée pendant l'hiver 2011. De plus, Biodélices a été désignée comme finaliste pour l'année 2010 dans la catégorie Entreprise exportatrice au troisième Gala Zénith, organisé par la Chambre de commerce et de l'industrie de Thetford Mines (CCITM). Biodélices faisait un beau doublé, puisqu'elle a également été choisie comme finaliste dans la catégorie Entreprise manufacturière (- de 16 employés).

Serge et François Dubois sont sensibles à ces marques de reconnaissance et ils sont heureux de faire profiter leur communauté de leur réussite. Ils acceptent avec enthousiasme d'être commanditaires de diverses activités. De plus, comme ils savent que le goût d'entreprendre peut être acquis par l'exemple, ils ne se font jamais tirer l'oreille pour se rendre à la polyvalente de Black Lake afin d'y prononcer des conférences sur leur expérience personnelle.

PLUS QUE DES AFFINITÉS
Les propriétaires de Biodélices n'ont pas suivi le même parcours de formation. Serge Dubois est titulaire d'un diplôme en génie électrique, alors que François a obtenu un diplôme en comptabilité. C'est peut-être ce qui faisait dire au premier, dans sa vidéo de présentation pour l'émission *VoirGRAND.tv* : « François compte, et moi, je raconte ! » Qu'ils aient été capables de jumeler leurs forces explique en partie leur réussite. En outre, les entrepreneurs se ressemblent par le dynamisme qui les anime; ils ont aussi en commun l'authenticité et la simplicité, qui se manifestent notamment par une légère réticence quand vient le temps de faire reconnaître tout ce qu'ils ont accompli en très peu de temps. Tous deux sont de grands travailleurs, une qualité qui occupe une place déterminante dans leur succès.

LA SAVEUR DE L'ÉRABLE BIOLOGIQUE N'A PAS DE FRONTIÈRES
Un volet important des activités de l'entreprise consiste en la préparation de boîtes ou de paniers destinés, entre autres, aux entreprises désireuses d'offrir des cadeaux de prestige. Les services du protocole des gouvernements du Canada et du Québec, l'Assemblée nationale et la Ville de Québec ont choisi les produits Biodélices pour donner en souvenir aux dignitaires étrangers.

Ces produits, justement, quels sont-ils ? Du sirop d'érable, bien sûr, mais également du beurre, du sucre et de la gelée d'érable. Et si vous avez encore le goût de vous sucrer le bec, faites une incursion du côté des chocolats, noirs ou au lait, assortis d'une délicieuse touche de beurre d'érable en leur centre. Il y en a vraiment pour tous les goûts !

Employant cinq personnes, l'entreprise commercialise ses produits par l'intermédiaire d'un réseau de 160 points de vente au Québec et, depuis peu, des boutiques hors taxes dans les aéroports canadiens. Elle a aussi 40 points de vente en France. Plus récemment, 38 épiceries biologiques de New York et du New Jersey de la chaîne renommée Whole Foods Market, qui se targue de ne vendre que des produits naturels et biologiques de la plus haute qualité, ont commencé à offrir les produits Biodélices sur leurs tablettes. « C'est une chaîne de rêve pour une entreprise également de rêve », résume Serge Dubois. Enfin, l'entreprise est présente sur le marché chinois. Et comme elle est la première à avoir obtenu la certification biologique pour le Japon, ce n'est plus qu'une question de temps avant qu'elle fasse des percées dans le Pays du soleil levant.

La certification biologique Écocert s'accompagne d'exigences strictes avec lesquelles Biodélices doit composer. Aucun produit chimique n'est utilisé dans les méthodes de production et de transformation, ce qui inclut les engrais, les pesticides et les produits de conservation. De plus, les fournisseurs ont eux aussi dû obtenir leur certification. Chez Biodélices, on ne recule devant rien pour protéger la santé des amateurs de produits de l'érable. Déjà, au XVII^e siècle, Bossuet pensait que « la santé dépend plus des précautions que des médecins ». Et ni Serge ni François Dubois ne vont le contredire !

Les répercussions des exploits accumulés par les entrepreneurs sur la croissance de l'entreprise sont indéniables. À titre d'exemple, mentionnons que les ventes de Biodélices ont fait un bond de 150 % entre 2008 et 2009 ! L'entreprise a gravi les échelons jusqu'à devenir le chef de file dans les produits biologiques de l'érable haut de gamme au Québec.

1. *VoirGRAND.tv* est une émission qui propose de faire découvrir l'univers de six entrepreneurs passionnés et bien déterminés à assurer l'essor de leur entreprise.



DE PÔLE D'ATTRACTION À PÔLE DE CROISSANCE, EN PASSANT PAR LE PÔLE NORD

Au XIX^e siècle, Thomas Nast, illustrateur et caricaturiste du journal new-yorkais *Harper's Illustrated Weekly*, fut le premier à situer le lieu de résidence du père Noël au pôle Nord¹. Si l'artiste vivait aujourd'hui, il lui faudrait, pour informer ses lecteurs, dessiner le parc Éloland dans la région de la Chaudière-Appalaches, puisque le vénérable personnage et ses lutins bricoleurs y ont élu domicile en 2010.

VISITE REMPLIE DE SURPRISES

Pour celles et ceux qui sont désireux de s'acheter un billet pour un voyage au pays de la magie de Noël, disons que le parc Éloland est situé dans le rang Saint-Charles à Beauceville et qu'il propose, à une clientèle familiale qui en redemande, un lieu de divertissement, de découvertes et d'exploration, le tout sur un site naturel enchanteur.

Le parc Éloland a accueilli ses premiers visiteurs en novembre 2010. Au total, plus de 8 500 enfants et adultes sont passés dans les tourniquets au cours de la première année, et ce nombre, selon son propriétaire, M. Éloi Thibodeau, devrait augmenter année après année, pour atteindre 25 000 d'ici deux ou trois ans. « Par son originalité, le parc Éloland occupe un créneau distinctif à l'échelle régionale et, pour cela, il possède un potentiel de croissance intéressant. Avec le temps, nous allons développer notre offre pour faire, du parc, une destination touristique incontournable en Chaudière-Appalaches », de dire l'entrepreneur.

PROMENONS-NOUS DANS LE BOIS

Plus précisément, le parc offre un parcours thématique animé et interactif, mettant en lumière, outre le village du père Noël, divers personnages fantastiques tirés de contes et de légendes du Québec. Des animaux grandeur nature – un ours et un wapiti pour n'en nommer que deux – peuplent également une forêt d'épinettes. Toutes ces créatures ont en commun d'être fabriquées avec maestria en fibre de verre et en matériaux composites par le créateur du parc, M. Éloi Thibodeau.

COUP DE CŒUR

D'aussi loin qu'il se souvienne, M. Thibodeau a toujours raffolé du dessin. Mais, attention, pas de n'importe quoi. Dès son jeune âge, en effet, il aimait représenter des monstres et façonner des dinosaures en pâte à modeler. Il était fasciné par ces héros dont les péripéties télévisées nourrissaient son imagination d'enfant, qu'il s'agisse de Hulk ou d'Ultraman. De fil en aiguille, le futur entrepreneur s'est découvert une passion pour la sculpture et il a rapidement constaté que travailler en trois dimensions l'inspirait davantage. Rien d'étonnant, alors, que cette passion l'ait amené à mettre sur pied, en 1993, sa première entreprise, DinoET, qui se spécialise dans la conception et la fabrication d'articles publicitaires multicolores en trois dimensions en fibre de verre.

Comme c'est le cas pour bien des artistes, les créations de M. Thibodeau ont été appréciées par une foule de gens, mais beaucoup moins nombreux sont ceux qui savent qu'elles sont de lui. Le résident de Beauceville a conçu et fabriqué, entre autres, les dinosaures sur le terrain du restaurant *Le Madrid*, qui était situé le long de l'autoroute Jean-Lesage à Saint-Léonard-d'Aston et qui a fermé ses portes en 2011. Plus connu encore, du moins par des millions d'amateurs de cinéma dans le monde entier, le squelette de Rexie, le tyrannosaure du film *Night at the Museum (Une nuit au musée)* est également l'œuvre de M. Thibodeau.

NOUVEAU DÉFI À L'HORIZON

Au fil des ans, Éloi Thibodeau se sent prêt à relever un défi d'un autre genre : créer un parc thématique où il pourra mettre en valeur ses sculptures. Une nouvelle aventure qu'il aborde avec la philosophie qui guide sa démarche entrepreneuriale depuis le début : « Un entrepreneur qui place le désir de devenir riche au-dessus de tout ne fera pas beaucoup de chemin. Pour ma part, je veux d'abord et avant tout faire quelque chose que j'aime. Ensuite, je prends les moyens qui s'imposent pour réussir en affaires », mentionne-t-il, tout en ajoutant qu'aujourd'hui, la conjoncture économique force les entrepreneurs à rivaliser d'ingéniosité pour se démarquer, créer des emplois et assurer le développement d'une collectivité.

FORCE AGISSANTE

C'est bien sûr un point de vue auquel le CAE Beauce-Chaudière souscrit entièrement. En 2010, le CAE a d'ailleurs accordé un prêt à M. Thibodeau pour lui venir en aide à l'étape du démarrage du parc. Ce financement, tombait à point nommé pour l'entrepreneur, car dénicher des fonds auprès des institutions financières conventionnelles se révélait une tâche ardue.

L'objectif à plus long terme de M. Thibodeau est d'en arriver à garder le parc Éloland ouvert 365 jours par année. Et, en Beauceron déterminé, il ne manque pas de projets et encore moins d'idées pour parvenir à bon port. En 2011, on a ainsi accru l'intérêt du site en y ajoutant un bâtiment où est exposée une collection de plus de 1 500 espèces d'insectes provenant de tous les pays. Les visiteurs peuvent même y trouver le parfait sosie de Rexie...

« Le parc Éloland joue un rôle important pour compléter et diversifier le produit touristique de la région de la Chaudière-Appalaches, que M. Thibodeau contribue à faire connaître et apprécier. C'est la raison pour laquelle nous avons voulu nous associer à ce projet porteur qui apportera de l'eau au moulin de notre secteur touristique », résume la directrice générale du CAE Beauce-Chaudière, M^{me} Johanne Jacques.

RETOMBÉES

En effet, les activités du parc seront génératrices de développement socioéconomique, puisque les voyageurs en profiteront sûrement pour se rendre dans d'autres commerces de Beauceville et de la région.

Si le parc Éloland séduit par son originalité, il reflète également les heures innombrables que M. Thibodeau a consacrées à l'aménagement du site et au peaufinage de chaque élément du décor. Comme tous les travailleurs infatigables, l'entrepreneur dira qu'il s'amuse quand il s'active au milieu du monde imaginaire qu'il a créé, mais dont le succès, lui, est bien réel.

1. Information tirée du site Web suivant : *L'histoire du père Noël* (http://www.histoire-fr.com/dossier_pere_noel.htm).

À SAINTE-CLAIRE, LE GROUPE CFR A TROUVÉ L'ADN DE L'AUTOMATISATION

C'est à Sainte-Claire, dans la région de Bellechasse, que se trouve le triangle de la conception, de la fabrication et de la robotique.

En effet, le Groupe CFR, composé de trois entreprises, CFR Assainissement, CFR Contrôle et CFR Dorchester, réunit sous un même toit les activités d'un bureau d'ingénierie mécanique et électrique, et une usine de fabrication des plus complètes. La conception et la fabrication d'équipements novateurs sur mesure, l'automatisation des chaînes de production et l'intégration de robots, le Groupe CFR en fait son affaire, sans oublier la réalisation de projets en recherche et développement.

« En faisant appel au Groupe CFR, nos clients sont assurés de gains de productivité notables, qui leur confèrent un avantage certain sur le plan de la compétitivité », résume le président et fondateur du Groupe, M. Mario Langlois. C'est pourquoi les nombreux clients de l'entreprise viennent de tous les horizons : fromageries, abattoirs, meuneries, fonderies, usines de transformation du bois ou fabricants de structures d'acier, de portes et fenêtres ou de produits métalliques. Tous ont en commun des besoins en automatisation et savent qu'ils frappent à la bonne porte.

FORT D'UNE VISION, PROCHE DE SA COLLECTIVITÉ

L'homme derrière ce succès incontestable, c'est M. Mario Langlois. En 1997, lorsqu'il prend la décision de mettre un terme à son statut de travailleur autonome et de mettre sur pied CFR Dorchester, il veut avant tout retourner vivre à Sainte-Claire, la collectivité qui l'a vu naître et à laquelle il est profondément attaché. Preuve de son enracinement dans son milieu de vie : il fait l'acquisition de la maison familiale, qui a été habitée sans interruption par quatre générations de Langlois.

Même si, au départ, M. Langlois ne se doute probablement pas que CFR Dorchester va se ramifier et donner naissance à l'entreprise cohérente et intégrée qu'il dirige aujourd'hui, ses qualités de visionnaire le placent déjà dans une catégorie à part de gens d'affaires. Dès 1998, par exemple, il s'est intéressé aux questions d'automatisation et de robotique dans les industries. Ils n'étaient pas légion, au Québec, les précurseurs qui voyaient aussi clairement le potentiel de ces technologies. Le président du Groupe CFR avait l'intime conviction que l'automatisation des procédés serait un élément clé de la bonne santé des entreprises. L'avenir, comme on le sait, allait lui donner raison.

« M. Langlois a toujours suivi une démarche entrepreneuriale très réfléchie. Il a une vision très claire du stade où il veut amener son entreprise et surtout des chemins à emprunter pour y arriver. Il a à cœur d'ancrer la haute technologie et l'innovation dans la culture du Groupe CFR et d'en faire profiter la région de Bellechasse », souligne la directrice générale de la SADC Bellechasse-Etchemins, M^{me} Marie-Claire Larose.

UN COUP D'ACCÉLÉRATEUR

L'expansion de l'entreprise a d'ailleurs bénéficié du financement et de l'expertise de la SADC. C'est pourquoi M. Langlois affirme : « La SADC Bellechasse-Etchemins a vraiment été l'étincelle pour allumer le moteur CFR. Grâce aux conseils techniques qu'elle m'a prodigués, j'ai pu maîtriser un grand nombre d'étapes essentielles pour assurer la croissance d'une entreprise. À titre d'exemple, c'est en côtoyant les membres du personnel de la SADC que j'ai appris à préparer un dossier de financement qui soit percutant. Les avis que j'ai reçus d'eux ont été très formateurs. Je ne crains pas de dire que sans la SADC, je n'aurais pas décroché les contrats qui ont apporté de l'eau au moulin et qui ont permis au Groupe CFR de grandir. »

Au fil des ans, avec le développement continu des affaires, M. Langlois s'est entouré de deux associés. Ainsi, M. David Caron est à la barre de CFR Contrôle, alors que M. Étienne Audet assure la direction de CFR Assainissement.

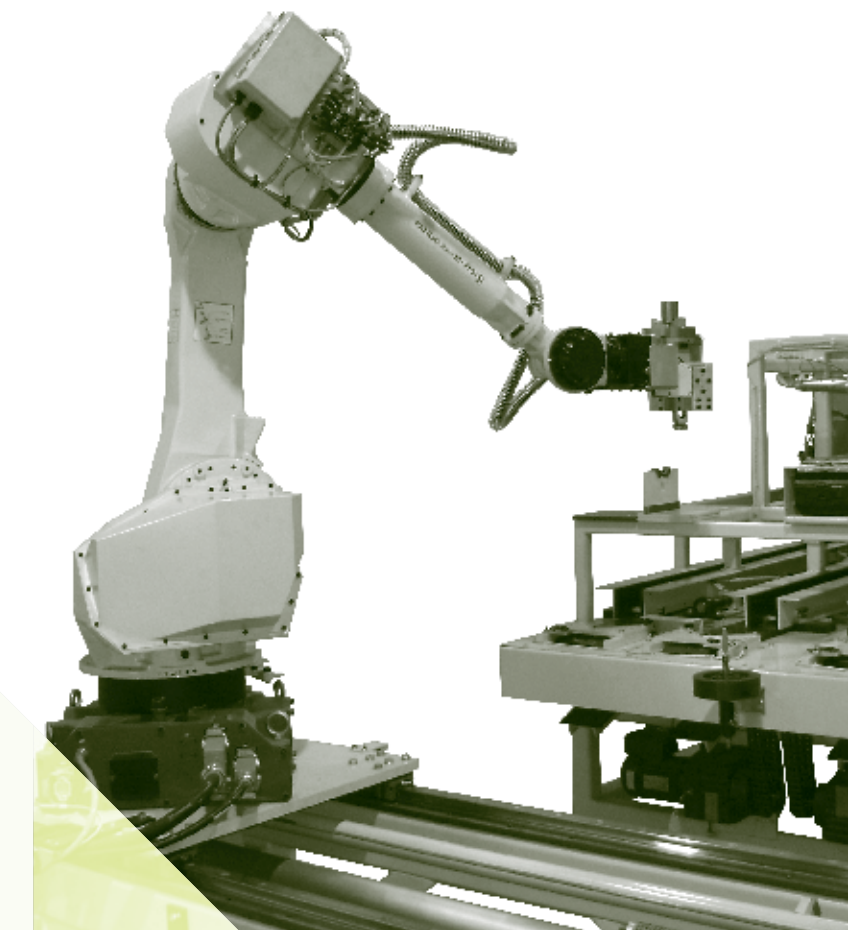
DES VALEURS FONDAMENTALES À LA SOURCE DE LA CROISSANCE

Par ailleurs, répondant à l'invitation de la SADC Bellechasse-Etchemins, le Groupe CFR a pris part au Rendez-vous Acadie-Québec, organisé en étroite collaboration par le Réseau des SADC et CAE, l'Association des centres locaux de développement du Québec (ACLDQ) et le Conseil économique du Nouveau-Brunswick. Cet événement bi-annuel permet à des gens d'affaires francophones du Québec et du Nouveau-Brunswick de nouer des liens commerciaux. En outre, chaque fois que l'occasion s'y prête, M. Langlois accepte de faire des présentations dans le cadre de rendez-vous d'affaires ou de salons thématiques. À ses yeux, il s'agit d'un moyen proactif pour mieux faire connaître l'expertise du Groupe CFR et prospecter de nouveaux marchés.

Le Groupe CFR croit à la force du milieu et aux initiatives qui permettent d'assurer le développement d'un tissu économique vigoureux. Ses dirigeants encouragent l'achat local et participent aux activités de collecte de fonds. Ils sont membres de la Chambre de commerce et d'entreprises de Bellechasse. De plus, depuis 2007, le Groupe est commanditaire de l'équipe de hockey senior A, le CFR de Sainte-Claire, qui évolue au sein de la Ligue de hockey Beauce Bellechasse Frontenac. Son haut niveau d'implication dans la communauté traduit bien les valeurs d'entraide qui sont à la base de la conception que M. Langlois se fait d'un entrepreneur équitable. L'engagement du Groupe CFR prend aussi la forme d'une participation à Compétitivité Québec, un regroupement qui se consacre à l'amélioration de la compétitivité et de la performance des entreprises.

DES PROJETS QUI RIMENT AVEC SUCCÈS ?

Des projets d'avenir ? Sûrement. M. Langlois et ses collaborateurs aimeraient pouvoir faire augmenter leur effectif et, de 30 employés qu'il est présentement, le faire passer à 40. Ils souhaitent également accroître le rayonnement de leur Groupe, notamment sur les marchés des États-Unis. Une initiative qui exigera, pour être couronnée de succès, la mise au point de produits clés en main. Pour y parvenir, M. Langlois dispose déjà du principal instrument : une capacité peu ordinaire de s'asseoir avec des clients, d'être attentif à leurs idées et d'écouter leurs besoins. Véritable magicien, il jongle avec les concepts abstraits et sait les incarner dans des solutions qui respectent les attentes de ses clients actuels et qui sauront en rallier de nouveaux.



PAS D'HORMONES POUR LA CROISSANCE DE LA FERME HIGHLAND LOTBINIÈRE

« On peut juger de la
grandeur d'une nation par
la façon dont les animaux
y sont traités. »

Gandhi

Gandhi avait peut-être raison, mais une chose est sûre en tout cas, c'est qu'à la façon dont Stéphanie Fortin et Louis Philippon traitent leurs bœufs Highland, on comprend que les animaux soient parfaitement heureux de vivre sous le ciel de Saint-Édouard-de-Lotbinière.

UNE APPROCHE BASÉE SUR LE RESPECT DE L'ANIMAL

Les entrepreneurs ont fait l'achat d'une ferme en 2004, en Chaudière-Appalaches. « L'agriculture, confie M^{me} Fortin, c'est vraiment une vocation. Si tu n'aimes pas ça, tu ne tiendras pas, c'est sûr. » Forte de ses connaissances en agronomie et d'une expérience dans la production porcine, elle caresse le projet de faire l'élevage des animaux. Mais pas n'importe comment. Elle veut que ce soit dans le respect de l'environnement et de l'animal. Elle opte alors pour une race encore peu connue au Québec : le bœuf Highland.

Animal rustique, possédant de longues cornes, le bœuf Highland, comme son nom le laisse deviner, est originaire des hautes terres d'Écosse. Adapté au climat rigoureux de chez nous, il passe toute l'année à l'extérieur et se protège du froid grâce à ses deux couches de poils. Plus petit que le bœuf que nous sommes habitués à voir sur les fermes québécoises, sa principale caractéristique est d'offrir une viande savoureuse, d'une qualité nutritionnelle nettement supérieure. Sa chair présente une faible teneur en gras et en cholestérol. À titre d'exemple, 100 grammes de bœuf Highland contiennent un peu plus de 20 milligrammes de cholestérol, alors que la même quantité de bœuf maigre en renferme près de 80 milligrammes¹.

LES HAUTS ET LES BAS DE LA CRÉATION D'UNE ENTREPRISE

À l'automne 2004, quinze vaches font une arrivée remarquée sur la ferme. Les deux premières années ne sont pas les plus faciles. En effet, il faut attendre de vingt à vingt-deux mois avant que le bœuf Highland ne soit à maturité et prêt pour l'abattage. En termes comptables, cette période d'attente se traduit par deux ans ou presque sans revenu. Ce qui fait dire à M^{me} Fortin : « Créer une entreprise, ce n'est pas une simple histoire d'argent. C'est d'abord et avant tout une affaire de passion. »

Heureusement, 2006 arrive et marque pour les deux passionnés le commencement de la mise en marché de leur production animale. Si les débuts ont été difficiles, ils sont pourtant prometteurs : l'établissement de la ferme est souligné par le *Concours québécois en entrepreneuriat* 2004-2005 qui attribue à M^{me} Fortin et à M. Philippon le second prix national dans la catégorie Agroalimentaire, de la section Création d'entreprise. Le jury remarque déjà la complémentarité exemplaire des deux promoteurs. En effet, si Stéphanie Fortin adore prendre soin des animaux et tient au plus haut point à ce que ses bêtes ne fassent pour ainsi dire jamais l'expérience du stress, de façon à ne pas altérer la qualité de la viande, Louis Philippon se réserve toutes les facettes de la commercialisation, ayant fait ses armes dans le domaine de la vente. Le fait de pouvoir couvrir tous les aspects de la production et de la mise en marché joue en la faveur des propriétaires et leur assure une longueur d'avance sur leurs concurrents.

La Ferme Highland Lotbinière est intraitable sur un point : les animaux ne reçoivent jamais d'hormones de croissance ni d'antibiotiques et ils ont une alimentation 100 % naturelle, composée de fourrage et, en petites quantités, de grains. Pour préserver la grande qualité de l'élevage, la taille du troupeau est volontairement restreinte à 125 têtes environ. Comme il s'agit d'une production de faible volume, et que la maturité des bœufs Highland est plus longue à atteindre que chez leurs congénères, on comprend que le coût de production de la viande soit beaucoup plus élevé qu'un bœuf qui reçoit des hormones.

La ferme ne compte que 50 vaches reproductrices, et les deux éleveurs ne souhaitent pas en augmenter le nombre. En avoir plus représenterait, en effet, une charge de travail trop importante, une option qu'ils ne veulent même pas envisager. Mais pour accroître ses revenus, le couple a trouvé un moyen bien ingénieux. Afin d'atteindre un niveau de rentabilité acceptable sans rouler sur l'or, M^{me} Fortin et M. Philippon abattent annuellement 75 bouvillons : 50 ont passé toute leur vie sur la ferme, tandis que les 25 autres ont été acquis à l'âge de six mois, dans le cadre d'un partenariat qu'ils ont établi avec deux producteurs. Le reste de la période de croissance a lieu à Saint-Édouard-de-Lotbinière. Cette façon novatrice de procéder ne comporte que des avantages, puisque les éleveurs peuvent garder le niveau de qualité qui fait leur notoriété, tout en étant en mesure de planifier à long terme la quantité de viande qu'ils mettront en marché.

En ce qui touche la commercialisation, le marché visé est celui des boucheries spécialisées. Trois points de vente sont à la disposition des consommateurs : un sur la rive nord et deux sur la rive sud, près de Québec. À cela s'ajoutent les ventes effectuées directement à la ferme. De plus, deux restaurants mettent le bœuf de la Ferme Highland Lotbinière à leur menu. Lors de la période des fêtes, les résidents de Québec et des environs peuvent aussi s'en procurer au Marché du Vieux-Port.

BIEN PLUS QUE DES VOISINS ET DES PARTENAIRES D'AFFAIRES !

La SADC de Lotbinière est en relation avec Stéphanie Fortin et Louis Philippon depuis 2004 et elle leur a accordé du financement pour soutenir tant le démarrage que la croissance de leur production bovine. « Dès le départ, la SADC de Lotbinière nous a fait confiance. Ses conseillers nous ont posé des questions pertinentes, qui nous ont amenés à réfléchir sur notre projet, et même à ajuster notre plan pour le mieux », précise Stéphanie Fortin. Les propriétaires ont aussi bénéficié de l'accompagnement de l'équipe de la SADC pour la rédaction de leur plan d'affaires et la maîtrise de la tenue de livres. Les conseillers ont également mis à leur disposition diverses données sur le marché qu'ils envisageaient. « Notre SADC a été la première à croire au grand potentiel de la ferme. Le soutien indéfectible qu'elle y a apporté, au fil des ans, a été d'une grande utilité pour trouver d'autres bailleurs de fonds », affirme la directrice générale de la SADC de Lotbinière, M^{me} Sylvie Drolet.

En plus de faire partie de la Société canadienne des éleveurs de bovins Highland, la ferme est associée à l'Office du tourisme de Chaudière-Appalaches. À l'automne 2010, elle a participé à la huitième journée *Portes ouvertes sur les fermes du Québec*, tenue par l'Union des producteurs agricoles (UPA). Les quelque 1 500 personnes qui ont fait le déplacement ont pu se familiariser avec la production bovine de la Ferme Highland Lotbinière.

De plus, la Ferme Highland Lotbinière a participé à quatre reprises au *Souper de la récolte*, répondant à l'invitation de la SADC qui organise l'événement. Cette soirée très prisée par le public est l'occasion en or pour les producteurs agricoles de mieux faire connaître leurs produits. En outre, grâce à la présence de restaurateurs de la région et de l'extérieur de la Chaudière-Appalaches, Stéphanie Fortin et Louis Philippon ont pu cultiver leur réseau, faire des rencontres fécondes et trouver des débouchés pour leur viande bovine. Stéphanie Fortin et Louis Philippon sont fiers d'avoir réussi à faire connaître le goût unique du bœuf Highland et de participer à la mise en marché d'un produit santé de grande qualité, en Chaudière-Appalaches et ailleurs au Québec.

1. Données tirées du site Web Greenfield Highland Beef (en anglais seulement) (<http://www.greenfieldhighlandbeef.com/aboutbeef.htm>).

LE CAFÉ LA COUREUSE DES GRÈVES : UN CHANGEMENT DE GARDE RÉUSSI

En janvier 2011, quelque chose d’important s’est produit à Saint-Jean-Port-Joli, en Chaudière-Appalaches. Un événement qui n’est pas passé inaperçu auprès des nombreux gastronomes et fines gueules de la région et d’ailleurs au Québec...

C’est, en effet, au cours de ce mois que le célèbre Café La Coureuse des Grèves a été acquis par deux entrepreneures, M^{mes} Émélie Couillard et Violaine Lachance-Thibault. C’était la première fois que l’établissement changeait de mains, puisqu’il appartenait alors à M^{me} Johanne Pelletier, qui l’avait fondé, avec trois autres femmes, en 1978.

AMIES ET ASSOCIÉES

Les jeunes femmes, originaires de la région, arrivent à La Coureuse des Grèves avec leurs C.V. bien remplis. Elles ont gagné leurs galons dans les restaurants les plus réputés de Chaudière-Appalaches. Elles ont la chance d’être amies et d’avoir des habiletés qui se complètent admirablement. Elles ont reçu à parts égales le goût du travail et la capacité d’en abattre une grande quantité. C’est parce qu’elles ont le cœur à l’ouvrage qu’elles arrivent aisément à passer chacune 60 heures par semaine au restaurant. Elles sont également très méticuleuses, ce qui est un atout de premier ordre pour exercer un métier où le moindre détail compte.



UNE CUISINE QUI CHANGE EN GARDANT TOUT SON GOÛT

Les restauratrices réussissent à tracer la ligne entre le changement et la tradition. « Nous voulons conserver intact tout ce qui a contribué à l’excellente réputation de La Coureuse des Grèves, mais en même temps, nous avons tenu à apporter certains changements, entre autres, pour rendre la cuisine de l’établissement abordable à un plus grand nombre d’amateurs de bonne chère », souligne M^{me} Couillard. Les deux associées veulent également mettre l’accent sur le renouvellement de l’offre de produits du restaurant. Le développement du service de traiteur, à titre d’exemple, figure sur la liste des choses à réaliser en priorité.

Émélie Couillard et Violaine Lachance-Thibault font preuve de la même détermination dans la vie et démontrent un même intérêt à apprendre et à se perfectionner. Elles ont à cœur de bien recevoir leurs hôtes. « Un client satisfait est, à nos yeux, celui qui aime tout ce qu’on lui sert, de l’entrée au dessert. Mais pour nous, l’expérience gastronomique va plus loin. Elle inclut la qualité de l’accueil et se poursuit tout au long du repas par un service plein d’attentions », résume M^{me} Lachance-Thibault. Le but poursuivi par les patronnes est sans ambiguïté : que le client soit à l’aise ou, mieux encore, qu’il se sente chez lui ! Pour tout dire, elles aiment autant les défis que la cuisine !

AVIS DE RECHERCHE : RESTAURATRICES NE REculANT DEVANT RIEN

À ce chapitre des défis, il y aurait long à dire. Le restaurant acquis par M^{mes} Couillard et Lachance-Thibault n’est pas une mince affaire. L’établissement peut accueillir 67 personnes à l’intérieur, dans une maison ancestrale entièrement restaurée, et 40 autres sur une terrasse – à propos de laquelle on ne tarit pas d’éloges – au cours de la belle saison. En juillet et en août, il reçoit quelque 9 000 clients par mois, et environ 4 000 par mois le reste de l’année. Au menu, des plats qui non seulement sont savoureux mais qui, de plus, changent au gré des saisons. Par ailleurs, l’établissement est reconnu pour ses tables d’hôte propres à combler les attentes des gourmets les plus exigeants.

Et si cela ne vous a pas encore convaincu du goût des restauratrices pour le dépassement de soi, sachez que le Café La Coureuse des Grèves a organisé, en juin 2011, le banquet du congrès annuel des SADC et CAE du Québec, qui réunissait quelques centaines de personnes à l’hôtel de ville de Cap-Saint-Ignace, dans la région de Chaudière-Appalaches. Le défi était de taille, puisqu’il s’agissait de leur plus important contrat depuis qu’elles avaient pris les rênes du restaurant. Leur succès s’est mesuré à l’aune des efforts qu’elles ont mis pour la préparation de ce repas; les convives étaient si heureux qu’ils n’ont pas hésité une seconde à leur faire l’ovation.

PAS SEULES POUR FRANCHIR LES ÉTAPES

Les jeunes entrepreneures sont très déterminées dans la vie et démontrent un grand intérêt à apprendre et à se perfectionner. Corollaire de cette disposition, elles présentent toutes deux une grande capacité d’écoute. Qualité que l’équipe du CAE Montmagny-L’Islet a pu maintes fois apprécier pendant le processus d’acquisition du café, qui s’est échelonné de décembre 2010 à la fin de janvier 2011, alors qu’on leur a fourni un accompagnement de tous les instants. « Nos communications avec M^{mes} Couillard et Lachance-Thibault sont placées sous le signe de la spontanéité. Dès qu’un problème, si petit soit-il, surgissait, elles en saisissaient sur-le-champ les conseillers du CAE. Nous étions ainsi toujours parfaitement informés, ce qui nous a permis d’apporter un soutien efficace aux acquéreurs », précise le directeur général du CAE Montmagny-L’Islet, M. Gilles Boulet.

Mentionnons que pour l’achat du restaurant, le CAE a également consenti du financement aux entrepreneures en vertu de la Stratégie jeunesse.

TOUT LE MONDE Y GAGNE

Cette transaction a permis de garder ouvert à Saint-Jean-Port-Joli un établissement qui contribue à la réputation gastronomique et touristique de la région de Chaudière-Appalaches; elle s’est également traduite par le maintien de quelque 30 emplois au sein de la collectivité. De plus, en prenant la décision de s’établir à leur compte, Émélie Couillard et Violaine Lachance-Thibault ont non seulement créé leur propre emploi, mais elles l’ont fait dans un secteur qui les passionne.

VUE SUR LES BERGES

Mais, on ne peut refermer la porte de ce grand restaurant sans savoir qui était la Coureuse des grèves. Selon la légende, pendant une vingtaine d’années, cette jeune femme allait, durant l’été, à la rencontre des marins étrangers afin de leur offrir de la nourriture. Un soir d’automne, en plein temps des grandes marées, on prétend que la Coureuse des grèves, attirée par la corne de brume d’un navire, disparut; on ne la revit jamais à Saint-Jean-Port-Joli. Toujours selon la légende, elle serait partie avec l’équipage de ce navire en direction des « Vieux Pays »¹.

1. D’après des informations contenues dans l’article de Geneviève Ouellet, *La Côte-du-Sud port-jolienne, terre de légendes*, paru dans la livraison de l’été 2008 de Québec français et qui peut être consulté sur le site Web suivant : <http://www.erudit.org/culture/qf1076656/qf1099697/43996ac.pdf>

UNE JEUNE ENTREPRISE PROPULSÉE PAR SON INVENTIVITÉ

En 2007, la valeur des revenus manufacturiers touchant la seule fabrication de boîtes pliantes en carton a atteint 1,1 G\$¹ au Canada. La multiplication de ces boîtes aux grandeurs et aux formats quasi infinis exige des machines de plus en plus polyvalentes et performantes. La réalisation de ces équipements essentiels, c’est justement le créneau qu’a choisi Conception Impack, une entreprise établie à Saint-Jacques, dans la région de Lanaudière.

PETITE IDÉE DEVIENDRA GRANDE, POURVU QUE...

Créée en 2001, Conception Impack est spécialisée dans l’analyse des méthodes de travail et la conception d’équipements standards et sur mesure destinés aux fabricants d’emballages de carton plat de tous types. Elle offre également une gamme des plus étendues de produits d’emballage et d’alimentation de chaînes de pliage-collage adaptés aux exigences du secteur. Parmi ceux-ci, mentionnons des empaqueurs semi-automatiques et automatiques, des indexeurs de nappe, des empileurs et des pré-margeurs.

Un jeune ingénieur, Dominic Thériault, est à la barre de Conception Impack. Au cours d’un stage durant ses études à l’École de technologie supérieure (ÉTS), une idée de machine bouillonne en lui. Afin de pousser plus à fond le développement de ce produit novateur dans le domaine de l’emballage, il décide de démarrer son projet d’entreprise avec l’aide du Centre de l’entrepreneurship technologique (Centech) de l’ÉTS.

LA SADC ACHIGAN-MONTCALM : EN PHASE AVEC LES BESOINS DES ENTREPRENEURS

En 2002, l’entrepreneur se tourne vers la SADC Achigan-Montcalm lorsqu’il prend la décision d’avoir pignon sur rue à Saint-Jacques. Débute alors une relation suivie entre la SADC et Conception Impack.

L’entreprise obtient un prêt Stratégie jeunesse, un programme particulièrement fructueux d’appui au démarrage ou à l’expansion d’une entreprise, offert par les SADC dans les régions du Québec. Ce prêt sera suivi d’un financement pour l’acquisition d’équipements machines-outils permettant à Conception Impack d’effectuer la transition du développement à la fabrication, et ce, afin de mieux répondre aux besoins de sa clientèle en croissance. « Pour réussir à démarrer une entreprise comme la mienne, il faut des partenaires comme la SADC qui font le nécessaire pour que ça marche et, dans mon cas, le nécessaire était plus que beaucoup; ils n’ont jamais cessé d’y croire », souligne M. Thériault.

SOUS LE SCEAU DE LA RÉUSSITE

« Depuis le début de ses activités, Conception Impack a toujours gardé le cap sur la recherche-développement et l’innovation. Voilà pourquoi l’entreprise vogue de succès en succès », affirme le directeur général de la SADC Achigan-Montcalm, M. Claude Chartier. Résultat de cette stratégie : elle est présentement titulaire de 6 brevets. Par ailleurs, Conception Impack, qui était formée, aux premières heures, de Dominic Thériault et d’un assistant, compte maintenant onze employés, dont la plupart sont des ingénieurs et des techniciens spécialisés. De plus, l’entreprise exporte pour ainsi dire toute sa production aux États-Unis et en Europe, des marchés exigeants où elle se mesure avec des géants de l’équipement manufacturier, dont la renommée internationale n’est plus à faire.

UNE TRANSFUSION D’ÉNERGIE, C’EST POSSIBLE !

Grâce à ses activités placées sous le signe de la haute technologie, Conception Impack contribue de façon importante au développement et à la diversification d’un milieu rural comme celui de Saint-Jacques. Elle pave la voie à l’émergence d’autres entreprises présentant un contenu technologique élevé et à la création d’emplois spécialisés. Il s’agit de deux facteurs primordiaux, de nos jours, pour assurer la prospérité des collectivités.

De plus, comme Dominic Thériault croit profondément à l’engagement citoyen, il fait profiter plusieurs institutions et organismes locaux de son expérience et de ses compétences. Sur le plan professionnel, il est fréquemment appelé à faire des présentations sur son entreprise et son secteur d’activité. « Il ne manque aucune occasion de faire connaître les services offerts par la SADC Achigan-Montcalm et, au besoin, il dirige des entrepreneurs en herbe vers nous pour qu’ensemble nous examinions les meilleurs moyens à mettre en œuvre pour développer leur potentiel », souligne M. Chartier. Pour la SADC, la relation établie avec Conception Impack lui permet ainsi d’accroître le rayonnement de ses programmes et services, au plus grand bénéfice des collectivités.

1. Donnée tirée de la rubrique
Statistiques relatives à l’industrie
canadienne (SIC) – Fabrication de boîtes
pliantes en carton (SCIAN 322212) sur
le site Web d’Industrie Canada
(<http://www.ic.gc.ca/cis-sic/cis-sic.nsf/IDF/cis-sic322212prdf.html>).



LA ROUTE DES FROMAGES PASSE PAR BERTHIERVILLE

Tous les matins à 4 heures, depuis plusieurs années, Guy Dessureault et Lise Mercier partent de Saint-Narcisse, en Mauricie, et prennent la route de Berthierville. Leur travail les amène dans la région de Lanaudière pour s'occuper de leurs créations, qui se nomment Cendré des Prés, Le Noble, Guillaume Tell, L'Ange Gardien et, le tout dernier de la famille, L'Essence ciel.

Au lieu d'employer le mot « travail », il serait plus juste, dans leur cas, de parler d'enthousiasme, d'ardeur et de passion... « Pour moi, la passion, c'est aller au bout de son rêve et le réaliser pleinement. C'est aussi le goût du bon, du meilleur qui nous pousse à toujours aller plus loin dans l'aventure de la fromagerie », déclare M. Dessureault.

DES FROMAGES PRIMÉS

M. Dessureault et M^{me} Mercier sont, en effet, maîtres fromagers et propriétaires de la Fromagerie Domaine Féodal, un établissement qui fabrique principalement des fromages de type camembert à croûte fleurie. Ceux-ci se sont fait remarquer lors de nombreux concours au Québec, dans le reste du Canada et ailleurs dans le monde. En effet, depuis un premier prix remporté en 2008 au Gala régional de reconnaissance entrepreneuriale, les mentions et les prix ne tarissent plus, et ce, grâce à des produits ayant conservé toutes les qualités et propriétés distinctives du camembert. Tour à tour, la Chambre de commerce Berthier/D'Autray, le British Empire Cheese Competition, de Toronto, le Grand Prix des fromages canadiens, organisé par les Producteurs laitiers du Canada, et le World Championship Contest, qui a lieu au Wisconsin aux États-Unis, ont récompensé le talent des artisans fromagers du Domaine Féodal.

Le goût exquis du Cendré des Prés et des autres produits de la gamme a séduit bon nombre de chefs cuisiniers. En décembre 2007, par exemple, le populaire magazine *House & Home*, de Toronto, a accordé sa préférence aux fromages Cendré des Prés et Le Noble. De plus, dans l'ouvrage *101 produits québécois à découvrir*, publié en 2008 par les Éditions Goélette, un vibrant hommage a été rendu à la Fromagerie Domaine Féodal. Le Cendré des Prés y a d'ailleurs été consacré coup de cœur. À propos de ce fromage, justement, M. Dessureault aime bien rappeler qu'un jour, un consultant français lui avait affirmé qu'il n'arriverait jamais à produire un fromage comme celui-là. « Je lui ai répondu que c'est pourtant ce que j'allais réussir à faire et que j'allais le lui prouver. » Mission accomplie !

LA SADC DE D'AUTRAY-JOLIETTE PRÉCONISE DES SOLUTIONS ADAPTÉES AUX DÉFIS

De nos jours, une fromagerie, même artisanale, ne peut fonctionner en autarcie. Elle a besoin de partenaires, et celle du Domaine Féodal obéit à la règle. En 2006, M. Dessureault a donc fait appel au volet financier de la SADC de D'Autray-Joliette afin de compléter un financement obtenu auprès d'institutions financières. L'agent de développement économique de la SADC, M. Guy Bénard, a offert un service-conseil adapté et personnalisé aux fromagers et il les a accompagnés dans les moments difficiles comme au cours des périodes plus heureuses. Que ce soit pour la préparation de données financières, le référencement, la recherche d'information et de programmes ou l'accompagnement à des réunions, il a également exploré de nouvelles avenues pour faire profiter l'entreprise de l'aide financière dont elle avait besoin.

La relation de confiance qui s'est établie depuis ce moment entre les entrepreneurs et la SADC se caractérise par un échange constant d'information et elle permet de suivre l'évolution de l'entreprise quasi au jour le jour. « Grâce à des liens très étroits, nous pouvons bien remplir notre mandat d'intervenant de première ligne, en étant partenaires avec les entrepreneurs de notre territoire », observe le directeur général de la SADC de D'Autray-Joliette, M. Jocelyn de Grandpré. « La relation que nous aspirons à atteindre avec les entrepreneurs est bien illustrée par le cas de la Fromagerie Domaine Féodal. Nous ne désirons pas être seulement un prêteur. Si l'entreprise doit relever un défi ou si elle se heurte à certaines difficultés, nous voulons être les premiers informés afin de prêter main-forte à l'entrepreneur et trouver ensemble les solutions les plus appropriées. Nouer un lien de confiance avec les entrepreneurs en mettant nos services-conseils à leur portée, c'est bien plus que du financement ! » poursuit-il.

PREMIER INGRÉDIENT : DU TRAVAIL À HAUTE DOSE

Le succès n'a pas été instantané. M. Dessureault, qui est propriétaire d'une ferme biologique à Saint-Narcisse, produisait du lait et, dès le départ, la transformation fromagère l'intéressait au plus haut point. Ayant étudié en agrobiologie, il souhaitait valoriser ses produits. Il aurait été tout naturel d'implanter la fromagerie à Saint-Narcisse, mais diverses circonstances ont amené le promoteur à se tourner vers Berthierville, où il a pu matérialiser son rêve en 2002.

Les premiers mois ne furent pas roses. La fromagerie a connu son lot de difficultés liées au démarrage, aux méthodes de production et à la distribution des produits. Se succèdent alors des heures de travail, de création et de développement de produits nécessitant d'importants investissements. Entre-temps, la fromagerie obtient la certification fédérale auprès de l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA). Les promoteurs redoublent d'ardeur pour préparer leur plan d'affaires et mènent des négociations avec des financiers. Finalement, ils s'associent avec un distributeur qui croit aussi bien au potentiel de l'entreprise qu'aux produits du couple fromager. Et c'est après que tous ces jalons eurent été posés que les consommateurs, qu'ils soient du Québec, du reste du Canada ou même des États-Unis et de l'Europe, ont pu déguster cinq fromages des plus délicieux.

LE SECTEUR AGROALIMENTAIRE EN TIRE DES AVANTAGES

L'entreprise assure une présence agissante au sein de la Chambre de commerce locale; elle participe à diverses activités locales, régionales, nationales et même internationales.

En outre, ses activités contribuent au développement de l'industrie agroalimentaire dans la région de D'Autray. Ainsi, le lait nécessaire aux opérations de transformation provient de deux troupeaux élevés près de la fromagerie. Les animaux sont nourris en fonction d'une spécificité alimentaire, car la nourriture qu'ils ingèrent influe sur le goût des fromages. Par ailleurs, l'entreprise emploie quatre personnes, en plus du couple propriétaire qui met constamment la main à la pâte. Il s'agit d'emplois de qualité, remplis de défis et laissant place à l'expression de la créativité.

La collectivité de Berthierville et la municipalité régionale de comté (MRC) de D'Autray bénéficient de la renommée de la Fromagerie Domaine Féodal. Celle-ci est une étape de choix sur la route agroalimentaire régionale. En accueillant des visiteurs et des touristes à son relais gourmand pour leur permettre de découvrir plus facilement ses produits et de les savourer, la fromagerie vient enrichir l'attrait de la destination de Lanaudière auprès des voyageurs. Heureusement, M. Dessureault et M^{me} Mercier travaillent sans cesse à l'élaboration de nouveaux fromages qui refléteront, encore une fois, le goût de la passion chevillé au cœur.

EXPLOITER LE FILON DE L'ALUMINIUM

Chaque jour, Nathalie Desrosiers traite avec les clients de son entreprise, mais elle ne s'est jamais arrêtée à la prédominance masculine de sa clientèle. Elle avait l'entrepreneuriat dans le sang et s'était déjà fait les dents au sein de l'entreprise familiale dirigée par son père. Son expérience pratique de gestion et de service à la clientèle s'est révélée un grand atout quand la jeune femme a franchi le Rubicon en mettant sur pied son entreprise en 1996 à Saint-Damien, dans la région de Lanaudière.

SAVOIR-FAIRE, TECHNOLOGIE ET SERVICE DANS LE MÊME CREUSET

Cette entreprise, c'est Aluquip, qui se spécialise dans la fabrication de produits d'aluminium – notamment des coffres et des équipements pour remorques et camions – pour l'industrie du transport, mais aussi pour les services d'incendie et municipaux. Elle peut également exécuter des travaux de fabrication sur mesure, tels que des structures de panneau solaire. Elle dessert les marchés du Québec et de l'Est ontarien, et s'adresse aux secteurs des administrations municipales, des services de sécurité contre l'incendie et de la sous-traitance. Aluquip procure un gagne-pain à neuf personnes, dont sept occupent des postes à temps complet; deux autres emplois pourraient être créés sous peu à Saint-Damien.

« Nous nous définissons présentement comme des spécialistes de l'aluminium, alors qu'auparavant nous nous considérions davantage comme un fabricant d'équipements en aluminium pour l'industrie du transport », déclare la présidente de la compagnie Aluquip, M^{me} Nathalie Desrosiers.

REMÈDE CONTRE LES PROBLÈMES

La fondatrice a su communiquer à toute son équipe son dynamisme, sa passion et son amour du travail fait à la perfection. Chez Aluquip, tout le personnel se range sous la bannière de M^{me} Desrosiers, dont la vision balise l'ensemble des activités de l'entreprise, soit fournir des produits de la plus haute qualité dans un délai de livraison rapide. Dans l'usine de Saint-Damien, tous mettent leur compétence, leur savoir-faire et leur disponibilité au service des clients pour leur assurer une entière satisfaction. « Dès qu'un entrepreneur entre chez nous avec son plan sous le bras, nous commençons à faire partie de la solution. Notre service-conseil travaille alors à développer le concept, à corriger le tir et à parvenir au design désiré pour les produits. Nos clients peuvent vraiment profiter de notre expertise », explique la présidente.

PLUS SEULE À BORD

Depuis 2005, Nathalie Desrosiers n'est plus seule à tenir la barre. En effet, son frère Stéphane a quitté son poste d'analyste mécanique pour se joindre à l'équipe d'Aluquip à titre de responsable de la production. Titulaire d'un diplôme d'études collégiales en construction aéronautique, il a occupé un poste d'analyste mécanique, pendant sept ans, au sein de CAE, un chef de file mondial dans le domaine des technologies de simulation, de modélisation et de solutions intégrées de formation destinées, entre autres, à l'aviation civile.

PLACE À LA HAUTE TECHNOLOGIE

Il y a quelque temps, pour accroître la qualité de ses produits et sa capacité de production de façon à mieux faire face à la concurrence, Aluquip a fait l'acquisition de nouveaux équipements de haute technologie, dont une table de découpe informatisée. Grâce à cet outillage ultraperformant, l'entreprise est en mesure de fabriquer elle-même certaines pièces qui étaient réalisées en sous-traitance et de réduire ainsi les délais de livraison de trois à quatre jours, tout en assurant un meilleur contrôle de la qualité.

« Aluquip se démarque nettement par le dynamisme de son équipe, le souci d'innover continuellement, le service sur mesure et l'excellence de son service à la clientèle, et ce, du début à la fin de la relation d'affaires avec le client. Le tout fait de cette entreprise un atout de poids, tant pour les clients que pour les partenaires d'affaires des entrepreneurs », précise le directeur général par intérim de la SADC Matawinie, M. Jonathan Landreville.

La SADC Matawinie a d'ailleurs apporté son soutien à Aluquip pour la réalisation de cet achat, en lui accordant du financement en vertu de la Stratégie jeunesse. Son équipe l'a également fait profiter de services-conseils liés à la commercialisation de sa gamme de produits. Comme c'est souvent le cas pour ses interventions, la SADC a uni ses efforts à ceux de Développement économique Canada (DEC) et du Centre local de développement (CLD) de la Matawinie.

ATTEINDRE DE NOUVEAUX PALIERS DE CROISSANCE

Pour saisir toutes les possibilités de croître, l'entreprise a obtenu la certification CWB 47.2 pour la soudure et a récemment reçu l'accréditation de Transports Canada pour l'installation d'équipements sur les véhicules. Elle est membre du Réseau TRANS-AL, organisme regroupant des entreprises qui exercent leurs activités dans le secteur de la transformation de l'aluminium au Québec. Pour M^{me} Desrosiers, il était important que sa compagnie soit inscrite à la Chaîne TRANS-AL d'approvisionnement du Réseau du même nom, dont la mission est d'aider les entreprises à trouver rapidement, parmi les 200 organisations formant cette chaîne, les fournisseurs dont elles ont besoin. Aluquip fait aussi partie de l'Association des professionnels à l'outillage municipal. Cet organisme poursuit l'objectif de répondre aux besoins créés par l'achat, l'entretien et la réparation de l'outillage utilisé dans l'exécution des travaux publics municipaux.

Par ailleurs, pour assurer le développement de son entreprise, M^{me} Desrosiers a été prompte à prendre une part active au projet de soutien au développement de l'offre de sous-traitance industrielle en métallurgie de la Matawinie. Cette initiative vise à créer et à soutenir une cohorte de quatre à six entreprises dans le domaine métallurgique et de l'usinage afin que celles-ci puissent réduire leur dépendance locale ou régionale en augmentant la part de leur chiffre d'affaires attribuable à des commandes faites par

des donneurs d'ordres établis à l'extérieur de la région en matière de sous-traitance industrielle. Cette participation a d'ailleurs pour résultat d'amener Aluquip à développer de nouveaux créneaux en dehors du milieu du transport, sans oublier que l'entreprise peut tout à loisir profiter de l'expertise de la SADC pour accroître ses activités liées à la sous-traitance au sein de l'entreprise et, par ricochet, à l'échelle régionale.

L'INNOVATION, NOUVEAU CARBURANT DU SUCCÈS

Pour faire face à la concurrence, Nathalie Desrosiers est bien au fait de la nécessité pour Aluquip de faire preuve d'innovation. Elle a donc tenu à être associée au projet I.NOV et a pris part à certains ateliers avec grand intérêt. Rappelons que l'initiative a vu le jour grâce à la participation financière, notamment, d'Emploi-Québec, de la Conférence régionale des élu(e)s de Lanaudière et du ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation (MDEIE) du Québec. L'objectif d'I.NOV est de valoriser les dirigeants d'entreprise et de les sensibiliser aux enjeux de l'innovation.

Malgré une croissance qui ne connaît pas d'interruption, Aluquip garde des airs de grande famille. Une caractéristique, d'ailleurs, qui contribue autant à sa renommée qu'à sa réussite. Il faut dire que Nathalie Desrosiers et son frère Stéphane ne ménagent aucun effort pour combler leurs besoins de main-d'œuvre spécialisée à Saint-Damien et dans les environs immédiats. Après tout, « Un oiseau chante d'autant mieux qu'il chante dans son arbre généalogique¹. »



1. Jean Cocteau (1889-1963).

BÂTIR UN PONT ENTRE RELÈVE D'ENTREPRISE ET EXPANSION

Au cours de la décennie 2010-2020, la relève d'entreprises sera un enjeu majeur pour la pérennisation de nos entreprises, puisque le nombre de promoteurs prêts à prendre la succession des entrepreneurs en place est nettement insuffisant. En effet, selon un sondage récent mené par la Fondation de l'entrepreneurship, en collaboration avec la Caisse de dépôt et placement du Québec, 38 000 entrepreneurs manqueront à l'appel¹.

Très active sur son territoire d'intervention, la SADC d'Antoine-Labelle était déjà au fait de cette situation, et gardait l'œil ouvert. Il n'était donc pas question qu'elle passe son tour quand deux employées de Fermes de toit J.P.C. inc. sont allées frapper à sa porte pour obtenir de l'aide afin de reprendre l'entreprise spécialisée dans la fabrication de fermes de toit en bois.

DEUX FEMMES SUR LA MÊME LONGUEUR D'ONDE

En 2005, en effet, M^{mes} Annick Brunet et Julie Lafleur, toutes deux employées des Fermes de toit J.P.C. depuis plusieurs années, décident de faire le saut et de devenir propriétaires de la compagnie où elles travaillent. « L'entreprise existe depuis près d'une trentaine d'années dans la collectivité de Lac-des-Écorces et offre un potentiel très intéressant pour la continuité de ses opérations. Nous savions toutefois que nous aurions à relever un défi de taille : faire notre place dans un milieu presque exclusivement réservé aux hommes », expliquent les promotrices. Un événement met toutefois du baume dans leurs cœurs d'entrepreneures : les propriétaires cédants ont une telle confiance dans leurs chances de réussir qu'ils acceptent spontanément de financer la transaction. Bref, il n'est pas nécessaire d'être un astrologue chevronné pour comprendre que les planètes semblent alignées pour Annick et Julie !

Pour soutenir la concrétisation de ce plan de relève, l'équipe de la SADC d'Antoine-Labelle consent deux prêts, dans le cadre de la Stratégie jeunesse, pour compléter le financement et permettre aux deux nouvelles femmes d'affaires de devenir propriétaires de l'entreprise. Elle s'assure aussi de les accompagner adéquatement dans leur cheminement d'affaires. « C'est le début d'une collaboration de tous les instants qui va amener la SADC et les dirigeantes de Fermes de toit J.P.C. à tisser des liens des plus solides. À nos yeux, accompagner des chefs d'entreprise sur le chemin de la réussite est une démarche des plus valorisantes », précise le directeur général de la SADC d'Antoine-Labelle, M. Benoit Cochet.

UN AUTRE STADE DE DÉVELOPPEMENT

Au cours d'une rencontre de suivi, les promotrices font part d'un projet qu'elles nourrissent. Le temps, leur semble-t-il, est venu de se moderniser et de prendre de l'expansion, et pour bien marquer ce tournant, la construction d'une usine devient incontournable. Ce sera également l'occasion de faire entrer l'automatisation dans l'entreprise, où jusqu'alors dominaient les opérations manuelles, ce qui était source de problèmes, tant pour respecter les délais de production que pour répondre à la demande. Devant la perspective de ne pas pouvoir livrer les produits dans le temps imparti, on refusait fréquemment des commandes, qui auraient pourtant contribué à la croissance de Fermes de toit J.P.C.

Bien entendu, les conseillers de la SADC d'Antoine-Labelle ont saisi la balle au bond et, pendant un an, ils ont accompagné les promotrices dans l'élaboration de leur projet. Ils ont été particulièrement présents à l'étape cruciale de la planification, faisant profiter les deux associées de leur expertise en matière de prévisions financières. La SADC s'est également révélée une alliée précieuse pour trouver des partenaires afin de compléter le montage financier d'un projet aussi ambitieux, qui a entraîné un investissement global de 1,2 M\$ approximativement.

La construction de l'usine s'est accompagnée d'une mise à niveau des capacités de production de Fermes de toit J.P.C., dans le but de maintenir sa compétitivité. L'établissement a donc été doté d'équipements spécialisés et performants, dont une scie automatisée, commandée par ordinateur, permettant de programmer toutes les mesures des pièces à couper et prévenant ainsi toute erreur. Grâce à cet outillage à la fine pointe de la technologie, l'entreprise sera en mesure d'améliorer la qualité de ses divers produits, de mieux répondre aux attentes de ses clients et de tirer parti de nouveaux débouchés.

Pour avoir plus de chances d'attirer la clientèle à des kilomètres à la ronde, les dirigeantes ont également choisi un emplacement stratégique. Avec un accès direct à partir de la route 117, l'entreprise jouit d'une meilleure visibilité pour faire de la promotion et gonfler son carnet de commandes. De plus, ce choix engendre un certain achalandage qui contribue à la vitalité de la collectivité de Lac-des-Écorces.

OPTER POUR LA MODERNISATION ET LA STABILITÉ AFIN DE FAIRE SA MARQUE SUR DE NOUVEAUX MARCHÉS

Maintenant que le projet de relocalisation de l'usine est terminé, il ne faut pas croire que Julie Lafleur et Annick Brunet vivent dans l'oisiveté. Au contraire. Il leur a d'abord fallu offrir aux employés une période de rodage nécessaire à l'automatisation de certains équipements. D'ailleurs, ils éprouvent une grande fierté à travailler dans cet établissement ultramoderne où l'automatisation des procédés de fabrication a réduit considérablement la manipulation des pièces et, par ricochet, les risques d'accident du travail.

« Encore aujourd'hui, même si la nouvelle usine est en marche, nous pouvons encore compter sur l'aide technique et les conseils d'affaires de la SADC. La conseillère aux entreprises, Sylvie Gauthier, nous appelle ou encore nous informe de divers colloques ou formations auxquels nous devrions participer. Dès le début de l'année 2011, il était prévu de travailler avec elle pour établir un diagnostic de nos ressources humaines afin de doter notre entreprise d'une politique en la matière qui assurera tant le maintien en poste des employés que la stabilité de l'entreprise. Au final, je n'ai qu'un conseil à donner : allez frapper à la porte de la SADC d'Antoine-Labelle », déclare M^{me} Annick Brunet pour témoigner de sa grande satisfaction.

À l'heure actuelle, Fermes de toits J.P.C. compte de quatorze à seize employés, qui travaillent dix mois par année environ à temps partiel. M^{mes} Brunet et Lafleur voudraient maintenant prendre des mesures pour rendre la production annuelle, et les emplois, permanents. Cet accroissement des activités se traduirait par la création de nouveaux emplois, une nouvelle qui serait accueillie chaleureusement par toute la population de la région des Hautes-Laurentides, fortement touchée par la crise dans le secteur forestier. L'entreprise envisage en parallèle d'amorcer la fabrication de produits supplémentaires afin d'élargir la gamme déjà offerte. Ses propriétaires auront alors en main tous les instruments pour prospecter de nouveaux marchés et s'en tailler des parts. Bien entendu, elles pourront toujours faire appel au soutien indéfectible de la SADC d'Antoine-Labelle.



1. Donnée tirée d'un communiqué, publié le 30 novembre 2010, par la Fondation de l'entrepreneurship (<http://blogue.entrepreneurship.qc.ca>).

ROUGE MARKETING & COMMUNICATIONS OU LA COULEUR DE LA CRÉATIVITÉ

Si l'on emploie souvent les expressions *rouge comme un homard*, *voir rouge* ou *la planète rouge*, celle qui est de plus en plus sur toutes les lèvres à Mont-Tremblant, c'est *Rouge marketing & communications*.

Le 6 novembre 2010, en effet, lors du 10^e Gala Excellence en Affaires de la Chambre de commerce de Mont-Tremblant, Rouge marketing & communications a inscrit son nom à deux reprises au tableau d'honneur. L'agence de communications a reçu le premier prix dans la catégorie Service à la clientèle (entreprises de vingt employés ou moins) et s'est vu conférer le titre prestigieux d'*Entreprise de l'année*. Un beau doublé dont les trois associés dans cette aventure, Dominique Laverdure, Marie Stéphane Asselin et Sylvain Cayouette, peuvent s'enorgueillir.

TOUT COMMENCE PAR UN RÊVE

Retour en arrière. Trois jeunes professionnels de Montréal rêvent de créer une agence de communications. Un point d'ancrage se dégage : leur entreprise aura pignon sur rue dans les Laurentides. Et comme ils sont jeunes, ils la veulent dynamique, branchée sur le monde et... urbaine !

En 2006, ils font l'achat, à Blainville, d'une entreprise spécialisée dans la création de sites Web dans le but de se doter d'une équipe de programmeurs et de se constituer une clientèle Web. Afin de poursuivre leur évolution, ils se portent acquéreurs, deux ans plus tard, d'une boîte de communications à Longueuil. C'est alors que la SADC des Laurentides entre en jeu. En effet, les actionnaires ont besoin de l'opinion et de conseils de spécialistes sur le potentiel du marché visé pour leurs activités. Par la suite, afin de soutenir la croissance de Rouge marketing & communications, la SADC lui accordera du financement pour l'aider à rembourser un emprunt lié aux acquisitions précédentes.

« Il va sans dire que la SADC des Laurentides a contribué – et contribue toujours – au succès de notre entreprise. À tout moment, quel que soit le besoin qui se présente – finances, gestion de la croissance, ressources humaines –, elle est toujours disponible et fait preuve d'un grand professionnalisme dans ses conseils. Nous sommes fiers de la compter parmi nos partenaires de choix dans le développement de notre agence. Il s'agit d'une équipe qui fait une réelle différence dans l'économie de notre région », affirme la présidente de Rouge marketing & communications, M^{me} Dominique Laverdure, en commentant l'appui reçu de la SADC.

LA COLLECTIVITÉ ET LE MILIEU DE VIE D'ABORD !

M^{me} Laverdure et ses associés, tout comme le personnel de Rouge marketing & communications, tiennent à assurer une forte présence dans la collectivité, un ensemble d'actions qu'ils considèrent comme essentielles pour favoriser le développement de leur communauté et y prendre part. Cette volonté de s'impliquer a d'ailleurs mené M^{me} Laverdure à accepter la présidence de la Chambre de commerce de Mont-Tremblant. Son entreprise est également très active auprès de l'organisme Centraide Gatineau–Labelle–Hautes-Laurentides, où M^{me} Laverdure exerce les fonctions de présidente du comité de collecte de fonds. « L'implication communautaire de Rouge marketing & communications prend également un autre visage. L'agence, en effet, encourage beaucoup les entreprises en démarrage, parce qu'elle est convaincue qu'elles représentent un élément important de la vitalité d'une collectivité et qu'elles ont leur mot à dire pour dynamiser et diversifier l'économie régionale », explique le directeur général de la SADC des Laurentides, M. Jacques Gariépy.

Forte de sa créativité, l'agence a le vent en poupe et compte quatorze employés, qui constituent un réservoir inépuisable d'idées pour renforcer la présence des clients dans l'espace public. Son choix de s'établir à Mont-Tremblant représente un avantage de taille pour un très grand nombre de gens d'affaires des Laurentides, qui n'ont ainsi plus besoin de se rendre à Montréal pour bénéficier de l'expertise d'une grande agence de communication.

De nombreuses autres entreprises ont également été attirées par l'expertise de Rouge marketing & communications, qui compte une forte proportion de sa clientèle à l'extérieur de la région, entre autres à Montréal, mais également à Gatineau, à Sudbury, en Ontario et même en Californie. « Aujourd'hui, fait remarquer la présidente de l'agence, les technologies de l'information et des communications abolissent les distances et font tomber les frontières. Nous pouvons être aussi près de nos clients que si nous étions en chair et en os dans leurs locaux ! Cela nous

permet d'offrir partout le même excellent service et d'assurer une qualité égale à nos clients, sans égard à leur emplacement ou au nôtre. » Il y a aussi un autre avantage pour elle à être présente sur les marchés extérieurs : l'agence peut demeurer bien au fait des grandes tendances dans son secteur d'activité et ainsi faire bénéficier ses clients de solutions avant-gardistes. En s'établissant à Mont-Tremblant, les actionnaires de Rouge marketing & communications ont donc choisi de faire ce qu'ils aiment le plus dans un milieu de vie extraordinaire, sans renoncer à tirer parti de nombreuses possibilités, ici et à l'étranger. « Il suffit d'y croire, de travailler en conséquence et de ne pas avoir peur d'oser », de conclure M^{me} Laverdure.

INVITATION À DÉCOUVRIR UNE ENTREPRISE À L'HEURE DE LA COMMUNICATION

Sur le plan professionnel, les propriétaires de Rouge marketing & communications consacrent énormément d'énergie à l'amélioration de leur gestion, car ils estiment que des produits distinctifs et une bonne gestion sont des facteurs clés de la réussite. Par ailleurs, la SADC des Laurentides les a intéressés à participer à un projet placé sous le signe du développement durable et de la croissance verte. Cette initiative amènera l'entreprise à améliorer toutes les facettes de ses activités, de l'économie d'énergie au recyclage, en passant par la réduction de l'empreinte écologique.

Rouge marketing & communications a plus d'une corde à son arc : elle offre des conseils en matière de stratégie marketing et des services de création et de design. En outre, elle élabore et développe l'image de marque d'un projet ou d'une entreprise. Les plans de communication n'ont plus de secrets pour cette équipe, non plus d'ailleurs que les campagnes de promotion et de relations publiques. L'agence est aussi passée maître dans la conception de sites Web et elle complète sa palette en proposant des services d'infographie, de photographie et de rédaction. En bref, grâce à une équipe des plus polyvalentes, soudée par la créativité et le souci d'innover, Rouge marketing & communications est en mesure d'exploiter de multiples leviers pour permettre à ses clients, de plus en plus nombreux, de se démarquer dans un marché plus concurrentiel de jour en jour.



LE BONHEUR EST-IL DANS LA MULTIDISCIPLINARITÉ?

Au printemps 2011, une jeune biologiste recrutée par Horizon Multiressource inc. a choisi, sans le savoir, pour sa première journée de travail, celle où des soins de massothérapie et des séances hebdomadaires de yoga étaient offerts au personnel. Elle en était tout ébahie. Pour un peu, elle aurait cru s'être fait jouer un tour et participer au tournage d'une émission de caméra cachée !

Pourtant, prendre le temps de ralentir sur les lieux de travail n'est que l'un des nombreux avantages dont peuvent profiter les ressources humaines de l'entreprise. Des avantages qui, pour la plupart, tranchent nettement avec ce que l'on trouve ailleurs.

MULTIDISCIPLINARITÉ OBLIGE

Horizon Multiressource n'a rien de banal. Organisation collective créée en 1998, elle est à la fois partenaire et filiale de la coopérative Terra-Bois, qui regroupe quelque 500 propriétaires de boisés des régions des Laurentides et de Lanaudière. Toujours dans une perspective de développement régional, elle se spécialise dans la mise en œuvre de projets de planification, de protection et de mise en valeur des ressources naturelles, ainsi que des fonctions d'un milieu naturel. Avec des bureaux à Lachute, dans les Laurentides, et à Gatineau, en Outaouais, Horizon Multiressource est considérée comme l'une des plus importantes dans son secteur d'activité dans l'est du Canada. « Nous pouvons prendre en charge des mandats de petite envergure, tel l'aménagement d'un parc boisé municipal, mais nous sommes également capables de réaliser un projet à plus grande échelle, comme la planification de certains aspects du territoire d'une municipalité régionale de comté (MRC) dans son ensemble. C'est dire la gamme de services quasi illimitée que nous mettons à la disposition de nos partenaires », explique le directeur général de l'entreprise depuis 2000, M. André Goulet.

Les services offerts par Horizon Multiressource sont associés aux champs de compétences suivants, pour n'en mentionner que quelques-uns : aménagement du territoire et développement régional, génie civil lié au milieu naturel, aménagement faunique, architecture du paysage, foresterie et agroforesterie, environnement et limnologie, urbanisme, géomatique et planification du développement immobilier écologique. Dans tous les cas, les livrables de l'entreprise ont d'abord fait l'objet de discussions à l'intérieur avant d'en acheminer une version finale au client.

UN RÔLE ÉCOSOCIAL SUR MESURE

Horizon Multiressource joue également un rôle écosocial responsable en prenant une part active à des projets environnementaux ou sociaux et en apportant sa contribution à diverses initiatives issues du milieu. L'entreprise a ainsi mis en place un mode de consultation publique pour la plupart des projets liés à la gestion des territoires publics et municipaux. Toutes les parties jouissent donc d'un mécanisme structuré pour faire entendre leur voix et exprimer leurs préoccupations. Sans oublier que ce procédé assure aux participants que leurs intérêts sont pris en compte dans les paramètres d'un projet.



UNE ENTREPRISE VERTE ET HUMAINE

« Horizon Multiressource est une magnifique entreprise qui prône le développement durable et qui a à cœur le bonheur de ses employés. Le CAE est donc énormément fier de participer au succès de cette entreprise très verte et humaine », déclare la directrice générale du CAE Rive-Nord, M^{me} Renée Courchesne.

L'entreprise fait toujours bon accueil aux idées les plus novatrices, et ses activités sont sous le signe du développement durable. Grâce à une expertise approfondie, elle parvient, dans chaque mandat, à harmoniser les utilisations du milieu naturel avec les besoins des usagers, tout en protégeant la biodiversité de ce milieu.

STRATÉGIE DU BONHEUR... DURABLE

Par ailleurs, l'entreprise Horizon Multiressource est engagée dans une démarche de responsabilité sociale des entreprises (RSE¹), et ce, depuis sa création. De plus, avec l'aide de la SADC des Laurentides, de la région voisine, elle a dressé, en 2008, un plan d'action sur trois ans afin de bonifier la *stratégie du bonheur* qui chapeautait alors ses interventions en gestion des ressources humaines. L'un des principes sous-tendant cette stratégie consiste à miser sur les employés en leur offrant des conditions de travail propres à leur permettre d'entreprendre et de poursuivre un programme de formation continue. Ainsi, environ 5 % des heures travaillées sont consacrées à la formation, ce qui permet aux membres du personnel de se tenir à l'affût des avancées dans leur domaine d'activité et d'être à jour dans plusieurs dossiers liés à leur fonction.

OFFRIR LE TRAVAIL, PARTAGER LES BÉNÉFICES

Mais si vous croyez que les mesures contenues dans la stratégie du bonheur adoptée par Horizon Multiressource sont restreintes à la formation, vous n'êtes pas sur la bonne route. En effet, l'entreprise fraye la voie en matière de gestion des ressources humaines. Elle a ainsi adopté un régime de participation des employés aux bénéfices. De plus, un régime de retraite avantageux a été mis en place; cette mesure, à laquelle l'employeur contribue à hauteur de 50 %, tient compte de l'ancienneté de l'employé, mais elle est indépendante de son salaire de base. Les employés ont également accès à un programme de santé et de sécurité au travail, et l'entreprise s'est aussi dotée d'un programme de reconnaissance du bénévolat, permettant à chacun de s'impliquer, tout en étant rémunéré, dans une cause qui lui tient à cœur. Enfin, le processus d'évaluation du rendement est bidirectionnel et fait appel au point de vue des employés pour l'évaluation de l'employeur.

S'ENGAGER POUR L'INNOVATION

Lorsque l'entreprise a eu besoin d'un partenaire pour financer ses crédits d'impôt pour la recherche et le développement expérimental, elle s'est adressée au CAE, qui a accueilli favorablement sa demande, lui permettant ainsi de maximiser rapidement ses liquidités. « Sans le renfort du CAE Rive-Nord, poursuit M. Goulet, notre entreprise n'aurait pas pu mettre ses activités de recherche et développement en chantier, et aurait ainsi été privée d'une expertise précieuse, grâce à laquelle elle se démarque aujourd'hui de ses concurrents. »

Au sujet de l'innovation, d'ailleurs, M. Goulet tient à préciser que le CAE Rive-Nord, en siégeant au Comité innovation des Laurentides, remplit une tâche essentielle pour sensibiliser les entreprises aux enjeux et à l'importance de l'innovation. C'est ainsi que le CAE a maintes fois porté à l'attention des dirigeants d'Horizon Multiressource des perspectives d'avenir qui pouvaient se révéler intéressantes pour développer le potentiel de l'entreprise. « Cet échange d'informations s'inscrit dans la relation aussi profitable que suivie qui s'est établie au gré des mois entre nous et le CAE Rive-Nord. L'équipe du CAE aide les entreprises à trouver des solutions aux problèmes qui se présentent à elles, et pour cela, elle joue un rôle inestimable d'accompagnatrice de leur croissance. Dans mon esprit, il est important de voir loin et d'anticiper aussi bien la vague qui pourrait nous frapper que celle, au contraire, qui pourrait nous faire monter à un nouveau palier de développement », de conclure le directeur général d'Horizon Multiressource.

1. La responsabilité sociale (ou sociétale) des entreprises est un concept dans lequel les entreprises intègrent les préoccupations sociales, environnementales et économiques dans leurs activités et leurs interactions avec leurs parties prenantes sur une base volontaire. (<http://fr.wikipedia.org>)

8D TECHNOLOGIES OFFRE DÈS AUJOURD'HUI LA TECHNOLOGIE DE DEMAIN

Qu'ont en commun deux systèmes aussi différents l'un de l'autre que celui qui gère le stationnement sur rue à Montréal et celui qui régit la location de vélos en libre-service BIXI ?

En termes très simplifiés, disons que la gestion de l'un et de l'autre repose sur les mêmes terminaux de paiement sans fil, alimentés à 100 % par l'énergie solaire. Ajoutons que les plateformes matérielle et logicielle développées par 8D Technologies forment le cœur de ces systèmes. Et qui plus est, cette technologie avant-gardiste a vu le jour à Montréal.

DES FORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

Créée en 1996, l'entreprise 8D Technologies n'a cessé de progresser, jusqu'à devenir un chef de file mondial dans la conception et le développement de solutions et de systèmes de points de vente intelligents multifonctionnels – communication de machine à machine sans fil – des plus sophistiqués.

Les deux fondateurs, Isabelle et Jean-Sébastien Bettez, occupent respectivement les postes de présidente et de chef de la direction ainsi que de la direction technologique. Si la première est diplômée en administration des affaires de l'École des hautes études commerciales de Montréal, le second est titulaire d'un diplôme en informatique de l'Université du Québec à Montréal. Leurs formations se reflètent dans les responsabilités qu'ils exercent au sein de 8D Technologies; Isabelle se charge du développement de l'entreprise, tandis que Jean-Sébastien est l'expert en technologie.

ENTREPRENEUR : UNE OCCUPATION EXIGEANTE

Chaque fois que l'occasion se présente, M^{me} Bettez est heureuse de contribuer à renforcer la culture entrepreneuriale au Québec. Elle a agi, par exemple, à titre d'entrepreneure-entraîneuse, en mai 2011, à l'École d'entrepreneurship de Beauce et y a présenté le module *Décider et s'engager* à un groupe d'entrepreneurs-athlètes. Promouvoir les valeurs que sont le courage, la persévérance et l'engagement à fond, auxquelles elle croit profondément, fait partie intégrante de son action comme entrepreneure en vue au Québec.

Tous ceux et celles qui connaissent Isabelle Bettez la décrivent comme une battante. S'il y a un geste dont elle est absolument incapable, c'est de jeter l'éponge. Personne très dynamique, elle est constamment en action. Elle va toujours de l'avant, en quête d'occasions pour propulser son entreprise vers un nouveau palier de développement. « Quand on décide de relever le défi de l'entrepreneuriat, il faut suivre la cadence, car entrepreneur, ce n'est pas une occupation que l'on peut exercer à moitié. Il faut donc être en excellente forme physique pour tenir bon. Plus on travaille fort, plus il faut être en forme », assure la présidente de 8D Technologies. Alors, un bon conseil : si vous essayez de la suivre durant l'une de ses journées de travail au centre-ville de Montréal, faites le plein d'énergie avant de commencer la journée et prévoyez des piles de rechange ! Lorsqu'elle quitte son bureau, ce n'est pas pour se jeter dans son fauteuil préféré qui lui tend les bras, à la maison. Trois fois non, car Isabelle Bettez est mère de jumeaux. Bref, elle est un modèle à suivre pour de nombreuses femmes entrepreneures, puisqu'elle a réussi à concilier travail et famille.

AMBASSADEUR DU SAVOIR-FAIRE CANADIEN

La renommée de 8D Technologies a franchi les frontières du Québec depuis quelques années déjà, et ce, grâce à deux produits particulièrement novateurs. Le premier, le Système de gestion de stationnement automatisé (8D APMS^{MC}) a été élaboré dans le contexte de l'appel d'offres lancé par Stationnement de Montréal. Ce système, carrément en avance sur des dispositifs comparables, utilise des terminaux sans fil alimentés par des capteurs solaires pour assurer le paiement, la configuration, la gestion et le suivi des places de stationnement et des terminaux.

Quant au second, le système de vélos en libre-service BIXI, il fonctionne grâce à la même plateforme technologique logicielle et matérielle qui se trouve dans la solution de stationnement sur rue. Ce système, lui aussi écologique et sans fil, peut être actionné et géré à distance; il dispose de caractéristiques qui lui permettent d'offrir des services en exclusivité, dont le paiement en temps réel aux terminaux de vente ainsi que l'utilisation de clés d'identification par radiofréquence sur les bornes d'ancrage des vélos. Ce dernier système a conquis de nombreuses villes, à la fois par son haut degré d'évolution technologique et sa convivialité. Au Canada, outre à Montréal, il est en service à Ottawa-Gatineau et à Toronto. Londres, Melbourne, Minneapolis, Washington, D.C. et Boston, pour ne nommer que quelques grandes villes, s'enorgueillissent également de posséder un système BIXI. Les deux produits phares de 8D Technologies lui procurent une excellente visibilité, qui alimente sa croissance, tout en mettant en valeur le savoir-faire technologique canadien aux quatre coins du monde.

PARTENAIRE DE LA PREMIÈRE HEURE

Depuis 2002, le CAE Capital est un acteur de premier plan pour le développement et l'expansion de l'entreprise de haute technologie. « CAE Capital et son directeur général, Michel Aubin, représentent certainement l'un des partenaires financiers les plus entrepreneuriaux que j'aie rencontrés ! Michel et son équipe ont été des joueurs importants et des partenaires de la première heure pour 8D. Ils ont joué un rôle clé dans l'évolution et la croissance de la compagnie. Un modèle à suivre ! » lance M^{me} Bettez.

Sur une période de quelque sept ans, en effet, le CAE Capital est intervenu à neuf reprises à divers niveaux de financement. La dernière fois, en 2009, c'était pour consentir un prêt qui a permis à 8D Technologies de réaliser le déploiement des vélos BIXI à Montréal. « Au CAE Capital, notre confiance en Isabelle Bettez est entière. Pour avoir observé son entreprise au cours de toutes ces années, nous sommes convaincus qu'elle la dirige de main de maître et qu'elle a la vision nécessaire pour tirer parti de l'immense potentiel de 8D Technologies. Nous apprécions au plus haut point tant la loyauté de l'entrepreneure que la capacité de l'entreprise de respecter tous ses engagements », précise le directeur général du CAE Capital, M. Michel Aubin, qui a également fait profiter Isabelle Bettez d'un accompagnement professionnel dans le domaine financier.

UNE CROISSANCE REMARQUABLE

C'est devenu une habitude de louer la performance de 8D Technologies. Récemment, l'entreprise a réussi un doublé digne de mention. Dans le palmarès 2011 Technologie Fast 50^{MC}, établi par le cabinet de services professionnels Deloitte, elle occupe en effet le 23^e rang des entreprises canadiennes affichant la plus forte croissance du chiffre d'affaires depuis les cinq dernières années. La compagnie 8D Technologies s'est également distinguée en se classant au 108^e rang du palmarès Technologie Fast 500^{MC}, qui permet à Deloitte de dresser la liste des 500 sociétés canadiennes et américaines dont le chiffre d'affaires a connu le plus haut taux de croissance au cours des années 2006-2010 dans les secteurs des technologies, des télécommunications, des sciences de la vie et des technologies propres.

Sur le plan professionnel, la direction de 8D Technologies s'est également illustrée. Ainsi, Isabelle et Jean-Sébastien Bettez ont été retenus comme finalistes québécois au Grand Prix de l'Entrepreneur Ernst & Young 2011, dans la catégorie *Solutions technologiques*. Toujours en 2011, Computer Dealer News, la principale source d'information au Canada pour les fournisseurs de solutions dans le domaine des technologies de l'information, a choisi Isabelle Bettez pour faire partie des 25 femmes à qui l'on a rendu hommage lors du premier Déjeuner annuel de reconnaissance des femmes œuvrant dans les technologies de l'information. Par ailleurs, M^{me} Bettez a été l'une des huit femmes du groupe des Incontournables en technologie, formé en 2010 par le magazine *Premières en affaires*, qui soulignait alors son rôle de précurseur et d'entrepreneur au service de l'innovation.



GRANITS RICHELIEU : AUX CÔTÉS DES CLIENTS, À TOUT MOMENT

« Notre entreprise n’a pas démarré sur les chapeaux de roues. Nous avons tenu, au contraire, à amorcer nos activités en fonction de la disponibilité de nos ressources, financières et autres. Nous ne voulions pas commencer quoi que ce soit avant d’y avoir mûrement réfléchi. Tout le monde connaît l’expression *Petit train va loin*, et nous ne négligeons aucun effort pour qu’il en soit ainsi avec notre entreprise », affirme M. Nicolas Périard, copropriétaire avec M. Maxime Beaulieu de Granits Richelieu inc. à Saint-Jean-sur-le Richelieu.

ÉLAN INITIAL

Les premiers pas dont parle le jeune entrepreneur sont arrivés en juillet 2010, lorsque les deux amis ont décidé de s’établir à leur compte. Maxime Beaulieu maîtrise les techniques de la taille et du polissage du granit. Nicolas Périard, lui, est conseiller en communications. Forts de compétences très différentes, qui peuvent toutefois se révéler des cartes maîtresses, ils entreprennent une réflexion qui va déboucher sur la création de Granits Richelieu inc. Dès le départ, les associés s’entendent pour partager le fardeau des responsabilités de l’entreprise naissante. Maxime Beaulieu se charge de l’ensemble des opérations de fabrication et de finition des produits; à Nicolas Périard reviennent la prospection de la clientèle et les tâches administratives. Toutefois, soucieux d’élargir ses horizons, et quand il en a le temps, Nicolas travaille aux côtés de Maxime et apprend ainsi les rudiments du métier. En revanche, l’installation des produits finis se fait toujours à deux.

DES PIERRES DONT ON FAIT LE SUCCÈS

L’entreprise se spécialise dans la préparation et l’installation de pierres naturelles (granit, marbre et quartz) pour la finition de comptoirs de cuisine et de salles de bains, ou pour tout autre aménagement intérieur. Que ce soit pour des plans de travail, un manteau de cheminée, un contour de baignoire ou tout autre produit en pierre que le client peut avoir en tête, aucun défi n’est trop exigeant pour les jeunes entrepreneurs. Ils sont intraitables quand il s’agit de la qualité des pierres choisies pour les mandats qu’on leur confie; aucun détail n’échappe non plus à leur œil vigilant aux différentes étapes de réalisation des projets.

Nicolas Périard et Maxime Beaulieu se sont d’ailleurs vu remettre le premier prix dans la catégorie « Exploitation, transformation et production pour le Haut-Richelieu », en 2011, au Concours québécois en entrepreneuriat; ils sont ainsi devenus automatiquement finalistes pour la région de la Montérégie. Cette distinction, obtenue moins d’un an après avoir ouvert les portes de leur entreprise, confirmait l’excellence des deux entrepreneurs.

SE DÉMARQUER PAR LA QUALITÉ DES SERVICES

Les associés attachent également une grande importance au service après-vente. Ils mesurent parfaitement la portée de cet élément clé pour fidéliser les clients et en obtenir de nouveaux; ils s’assurent donc qu’il est toujours à la hauteur des attentes.

La planification d’un projet occupe également une grande place parmi les paramètres qu’identifient les entrepreneurs pour assurer le succès d’un projet. Travailler de concert avec les clients, convenir avec eux des objectifs et des résultats à atteindre, respecter le budget et les délais, voilà trois principes qui caractérisent l’exécution d’un contrat à la façon de Granits Richelieu. « Pour durer, une entreprise se doit d’offrir un service professionnel en tous points. Maintenir de bonnes communications avec un client pendant toute la durée d’un projet n’est plus un choix, de nos jours, mais une nécessité. C’est pourquoi Nicolas et moi, nous nous efforçons d’établir une relation de confiance et d’affaires à long terme, aussi bien avec nos clients qu’avec nos partenaires », confie M. Beaulieu.

À L’ŒUVRE... SOUS LE MÊME TOIT

L’un de ces partenaires avec qui les entrepreneurs maintiennent des liens étroits est certes le CAE Haute-Montérégie. En effet, c’est vers lui que le Conseil économique du Haut-Richelieu (CLD) a dirigé Nicolas Périard et Maxime Beaulieu dans leur recherche d’un local. Dès la première rencontre, le CAE a compris le potentiel de l’entreprise et a perçu le désir de réaliser quelque chose de solide dans les yeux brillants des deux amis devenus partenaires d’affaires. Le CAE a donc rapidement accepté d’accueillir Granits Richelieu dans le Centre technologique et industriel du Haut-Richelieu, et les propriétaires ont signé un bail pour la location de deux locaux contigus en octobre 2010.

La proximité avec l’équipe du CAE Haute-Montérégie a permis aux deux fondateurs de développer des liens dépassant largement ceux qui unissent un propriétaire et des locataires. Le CAE, par exemple, a joué un rôle central quand les entrepreneurs ont dû se doter d’équipements et qu’ils ont opté pour l’achat de matériel usagé, estimant avec raison que l’acquisition d’outillage flambant neuf minerait le développement de leur compagnie. « Le CAE a été plusieurs fois en mesure d’apprécier le haut degré de créativité dont font preuve MM. Nicolas Périard et Maxime Beaulieu dans la réalisation des mandats qui leur sont confiés. Mais, au cours du processus d’achat de pièces d’équipement, nous nous sommes également rendu compte de leur débrouillardise et de leur ingéniosité quand il s’agit de trouver une solution *accessible*, fait remarquer le directeur général du CAE Haute-Montérégie, M. Édouard Bonaldo.

Après avoir déniché aux États-Unis l’équipement de taille du granit qui répondait exactement à leurs besoins, les jeunes entrepreneurs ont fait appel au CAE pour obtenir un soutien financier. En plus de leur accorder son appui, le CAE a alors pris à sa charge toutes les formalités de dédouanement, ce qui a permis à la machine de franchir le seuil de l’usine à l’automne 2010. Cependant, Nicolas Périard et Maxime Beaulieu n’étaient pas au bout de leurs peines, car ils avaient encore besoin d’un palan pour manipuler les immenses plaques de pierre entre les divers postes de travail. De nouveau, le CAE leur a prêté son concours pour l’acquisition de cette pièce d’équipement, sans oublier qu’il a fourni de l’aide financière à Granits Richelieu pour effectuer quelques améliorations locatives de procédés.

Dans un autre ordre d’idées, les propriétaires bénéficient, depuis le début de leurs activités, du service de mentorat mis sur pied par le CAE Haute-Montérégie. Aux deux mois, et parfois plus souvent, M. Périard ou M. Beaulieu rencontre leur mentor pour faire un tour d’horizon de diverses questions administratives et financières. Les deux associés considèrent ces séances comme des moyens hors pair d’obtenir un regard extérieur sur les décisions qu’ils s’apprêtent à prendre. « En soulevant des questions des plus pertinentes ou en attirant mon attention sur des aspects

moins évidents d’un projet, le mentor m’aide à voir si la décision que nous avons prise est la meilleure pour le développement de notre entreprise, tout en me permettant d’améliorer mes compétences en gestion », précise Nicolas Périard

ÉCHANGE DE SERVICES

Les propriétaires de l’entreprise peuvent bénéficier d’autres avantages en étant proches du CAE Haute-Montérégie. Obtenir de l’information sur leur marché ou un avis stratégique d’un conseiller devient un jeu d’enfant. Et si les locataires ont besoin d’une salle de réunion pour rencontrer des clients, par exemple, ils n’ont qu’à frapper à la porte... voisine ! Mais comme la collaboration est une rue à deux sens, les entrepreneurs ont tenu à s’associer à l’initiative de l’équipe du CAE lors du Jour de la Terre¹, en 2011; ils ont offert leur camion et leur temps bénévolement pour la corvée de nettoyage du parc industriel de Saint-Jean-sur-Richelieu.

Un observateur de leur démarche entrepreneuriale en viendrait à la conclusion que Nicolas Périard et Maxime Beaulieu ont toujours joué de prudence. Quand ils ont commencé à faire tourner leur usine, ils avaient déjà des commandes dans leur carnet, et ce, grâce à des efforts planifiés de prospection. Et le travail n’a jamais manqué depuis.



1. Célébré le 22 avril de chaque année depuis 1970, le Jour de la Terre est consacré à la protection de l’environnement. À cette occasion, tout un chacun est engagé à accomplir de petits gestes qui contribuent à l’atteinte de cet objectif.

SECONDE CHANCE AU CAOUTCHOUC

Savez-vous que les caoutchouc tel que le terpolymère éthylène-propylène-diène mono-mère (EPDM) dont on fait les joints d’étanchéité des portières d’automobile ont une durée de vie supérieure à 1 000 ans dans les sites d’enfouissement ? Et savez-vous que les constructeurs automobiles rejettent de leur chaîne de montage une quantité faramineuse de ces pièces, parce qu’elles ne sont pas parfaitement conformes aux normes rigoureuses qui les régissent ?

S.V.P. NE PAS JETER

Heureusement pour nous, l’entreprise DeltaGomma récupère ces matières premières de la plus pure qualité et en assure le recyclage entièrement naturel pour en faire des tapis et des rouleaux de caoutchouc. Fondée en 2003 et établie depuis peu à Cowansville, en Montérégie, elle dessert les secteurs agricole, automobile et commercial. Elle offre notamment des tapis pour animaux, qui sont très populaires auprès des exploitants de fermes laitières et des propriétaires d’écurie et de haras, et ce, jusqu’en Europe. DeltaGomma s’apprête, en outre, à mettre en marché des tuiles en caoutchouc recouvertes de plastique qui pourront servir de couvre-plancher.

Le choix de fabriquer ses produits à partir de matériaux neufs au lieu d’utiliser des pneus déchiquetés n’a rien d’un caprice. Il permet à DeltaGomma de commercialiser un produit fini à la fois très flexible et extrêmement durable. « On peut dire que DeltaGomma donne véritablement une seconde vie à des rebuts manufacturiers. C’est d’ailleurs la seule entreprise à fabriquer ce type de produits au Québec, et nous en sommes très fiers », souligne le président et fondateur de DeltaGomma, M. Daniel Martin.



IL N’Y A PAS QUE L’INFORMATIQUE DANS LA VIE

Avant de tenir la barre de son entreprise, M. Martin évoluait dans le secteur des technologies de pointe, et plus précisément de l’informatique. Lorsqu’il a réorienté sa carrière après avoir quitté son emploi, c’était dans le but de récupérer et de recycler des matières qui terminaient leur vie utile dans les sites d’enfouissement.

M. Martin est un homme réfléchi, qui aime analyser en profondeur une possibilité ou une problématique, de façon à poser le bon diagnostic ou à prendre la décision qui s’impose. Quand il se met en mode action, on peut être sûrs qu’il a examiné tous les aspects de la situation. Il n’hésite pas non plus à consulter les gens qui l’entourent et le conseillent. S’il est réceptif à l’opinion des autres, il sait aussi quand il a raison, et lorsqu’il a un bon projet en tête, il n’est jamais à court d’arguments pour convaincre ceux à qui il expose le bien-fondé de son idée.

FORMULE MAGIQUE

Au départ, DeltaGomma effectuait la granulation du caoutchouc, et les granules étaient écoulés auprès de fabricants de tapis. Parallèlement à cette production, l’entreprise s’est attachée à mettre au point le procédé de fabrication de son propre tapis en rouleau. Et c’est au cours de 2009 qu’elle a entrepris la fabrication de ses tapis. Ajoutons qu’elle a commencé en lion, puisque son premier client fut nul autre que la chaîne de magasins Canadian Tire, à qui DeltaGomma continue d’ailleurs de fournir des tapis de différentes dimensions.

L’entreprise vend au Québec, mais également dans le reste du Canada et même en Europe, où les perspectives sont prometteuses. D’ailleurs, M. Martin cible ce marché, et plus particulièrement le segment des grandes entreprises, où il aimerait faire de plus importantes percées. Il est récompensé de ses efforts, puisque son entreprise a tout de même réussi jusqu’à présent à acheminer quelques conteneurs vers l’Ancien Continent.

Le fabricant a subi les contrecoups de l’apparition de concurrents en Orient. Quelques-uns de ses clients, par exemple, se sont approvisionnés en tapis auprès de fabricants chinois pendant un certain temps, mais la grande majorité a opté pour DeltaGomma, après avoir constaté que la qualité des produits chinois n’était pas toujours au rendez-vous.

ÉCRIRE UN NOUVEAU CHAPITRE

En novembre 2011, la compagnie DeltaGomma a quitté Granby, où elle était établie depuis le début de ses activités, pour s’installer dans un bâtiment plus spacieux à Cowansville. À cette occasion, elle s’est également dotée d’une deuxième chaîne de fabrication afin de tripler sa production. « En mettant en œuvre ce projet, nous prenons des mesures pour demeurer un chef de file dans la production de tapis et de rouleaux de caoutchouc recyclé à 100 % », précise M. Martin.

UNE INTERVENTION RAPIDE

Au moment du déménagement de DeltaGomma, le CAE Haute-Yamaska et région, dont le mandat est d’accompagner les efforts des entreprises pour stimuler leur développement, a soutenu son fonds de roulement.

Par ailleurs, et ce, à quelques reprises depuis que le fabricant est son client, le CAE a mis en contact l’entreprise avec certains intervenants ou, encore, il a porté à son attention des possibilités dont elle pouvait tirer avantage pour assurer sa croissance. « Ce qui m’a frappé, au premier abord, c’est la rapidité d’action du CAE Haute-Yamaska et région. J’ai eu l’impression de parler tout de suite à la bonne personne, et j’ai su par la suite que ma perception était la bonne. J’ai la conviction que le CAE est là pour m’aider et, de façon plus générale, pour appuyer les entrepreneurs », fait remarquer le président de DeltaGomma.

« Notre organisme a tout intérêt à ce que les entreprises de la Montérégie progressent. Une entreprise comme DeltaGomma est une entreprise qui se développe, innove et crée de la richesse autour d’elle, elle insuffle du dynamisme à la collectivité. Notre équipe tient à accompagner ces entrepreneurs dynamiques », déclare le directeur général du CAE Haute-Yamaska et région, M. Guy Lasnier.

TOUS CONCERNÉS PAR L’ENVIRONNEMENT

Le CAE intervient rarement en solo. Privilégiant une approche globale, il a, pour soutenir la croissance du fabricant, travaillé de concert avec Développement économique Canada (DEC), Investissement Québec (IQ), le ministère du Développement économique, de l’Innovation et de l’Exportation du Québec (MDEIE), le Centre local de développement (CLD) de Brome-Missisquoi et Emploi-Québec.

On dit souvent que tout un chacun doit faire de petits gestes pour contrer les dégradations que notre mode de vie fait subir à l’environnement. Une chose sûre, si tout le monde s’investissait comme M. Martin et les quinze employés de DeltaGomma dans la récupération et le recyclage, la Terre se porterait beaucoup mieux.

UN SUCCÈS PEUT EN CACHER UN AUTRE...

Savez-vous ce qu’est le labneh ? Si vous avez répondu qu’il s’agit d’un équipement scientifique, c’est que vous n’êtes probablement pas un épicurien. En revanche, si vous pensez que c’est comestible, votre réponse vous donnera des points à l’examen. Mais si vous affirmez que le labneh est un fromage à pâte fraîche au goût légèrement citronné et dont l’ingrédient de base est le yogourt, c’est que vous êtes un amateur de fromages, et particulièrement de ceux qui nous viennent des pays riverains de la Méditerranée. Dans ce cas, il y a fort à parier que vous connaissez déjà la Fromagerie Polyethnique, établie à Saint-Robert, en Montérégie, depuis plus de quinze ans.

DES FROMAGES BIEN FAITS

Cet établissement se spécialise, en effet, dans les fromages appréciés par les membres de la communauté arabe au Québec. Par exemple l’akawie, le nabulsi, le haloumi, le baldi et le tressé, des fromages à pâte plutôt ferme et salée, dont le goût est parfois relevé par du thym, de la menthe ou du piment de Cayenne. Toutes les recettes ont été élaborées en collaboration avec des Libanais, qui ont une expertise incomparable, puisque ce sont les femmes elles-mêmes qui les fabriquent de façon artisanale dans leur cuisine. Inutile de préciser que ces fromages goûteux ont rapidement séduit les amateurs – qu’ils soient de la région de Sorel-Tracy ou d’ailleurs au Québec – désireux de faire de nouvelles expériences gustatives.

La Fromagerie Polyethnique, aussi appelée Fromagerie Le Bédouin, en référence à la tradition qui veut que les Bédouins aient été les premiers à maîtriser l’art de la transformation fromagère, est la propriété de deux entreprises agricoles de Saint-Robert, la première appartenant à MM. Yves, Alain et Marc Latraverse, et la seconde, à M. Jean-Pierre Salvas.

DES BASES SOLIDES

En se lançant dans la fabrication de fromages, la Fromagerie Polyethnique s’est donné comme mission de développer et de fabriquer des produits laitiers à l’intention des communautés ethniques venues s’établir en Amérique du Nord. C’est de cette façon qu’elle a su se démarquer de ses concurrents, offrant des produits d’une grande authenticité à ces communautés, incapables d’en importer de leurs pays d’origine. Pour mieux cerner cette mission, des rencontres entre des commerçants libanais de Montréal et des producteurs agricoles de la Montérégie ont eu lieu. L’entreprise est incorporée en 1993, et un emplacement est choisi la même année, à l’intersection du chemin Saint-Robert et de la montée Sainte-Victoire, où l’établissement se trouve d’ailleurs encore aujourd’hui. Deux ans plus tard, l’usine démarre ses activités en recevant une première livraison de lait, tandis que la première vente de fromage est enregistrée en juillet 1995. En raison du succès engendré par la qualité des fromages, les Produits Phoenicia inc. avaient un désir ferme de devenir partenaires de la Fromagerie Polyethnique, et le tout s’est concrétisé en 2007. Aujourd’hui, la fromagerie procure du travail à près de 30 personnes et fabrique plus de 10 000 kilogrammes de fromage par semaine, qui sont acheminés aux marchés de Montréal et de Toronto, mais également de Calgary et de Vancouver.

En 2002, les propriétaires ajoutent une superficie de 8 200 pieds carrés afin de doter leurs locaux d’une aire de repos ainsi que d’espaces réservés à la réfrigération et à l’emballage. Ce projet sera suivi de divers travaux exécutés entre 2006 et 2008. Considérant que l’innovation est l’une des valeurs de l’entreprise et profitant de l’omniprésence du département de recherche et de développement, la mise en place de nouveaux équipements de production et l’agrandissement de diverses sections de la fromagerie sont commandés par l’objectif de permettre un important accroissement de la production afin de répondre à une demande sans cesse grandissante.

LA SADC PIERRE-DE SAUREL ENTRE EN JEU

C’est à cette étape que la SADC Pierre-De Saurel fait la rencontre des promoteurs. Par l’entremise de son Fonds d’investissement, elle a, en effet, pris une part active à l’agrandissement et à la modernisation de l’établissement. « Depuis notre première visite à la SADC Pierre-De Saurel, nous avons pu bénéficier d’accompagnement, d’écoute et de conditions avantageuses de financement. Ce qui nous a permis, depuis quelques années, de connaître une expansion hors de l’ordinaire, avec l’agrandissement de notre usine et la modernisation des procédés pour effectuer la transition d’un stade artisanal à la fabrication industrielle », de dire le directeur général, M. Jean-Pierre Salvas, agronome. Comme c’est souvent le cas, la SADC a uni ses efforts à ceux du Centre local de développement (CLD), par le truchement du Fonds de relance du Bas-Richelieu, du ministère du Développement économique, de l’Innovation et de l’Exportation du Québec (MDEIE), de Développement économique Canada (DEC) – qui a consenti une aide financière considérable aux termes de l’Initiative régionale stratégique (IRS) du Bas-Richelieu –, de la Financière agricole du Québec (FAQ) et de Financement agricole Canada.

UNE ENTREPRISE SENSIBLE À SA PERFORMANCE ÉNERGÉTIQUE

Les fromages produits à Saint-Robert ne sont pas seulement délicieux, ils sont aussi bons pour l’environnement. En effet, la Fromagerie Polyethnique ne néglige aucun effort pour réduire son empreinte écologique. « Grâce au réseau innovation et aux services-conseils de notre SADC, l’entreprise a pu se prévaloir du programme Enviroclub et du Diagnostic d’écoconception. Elle a alors eu les moyens de mener à bon port plusieurs projets visant à l’optimiser sur le plan environnemental », fait remarquer la directrice générale de la SADC Pierre-De Saurel, M^{me} Sylvie Pouliot.

Une des volontés du conseil d’administration de la fromagerie est de prendre des mesures pour réduire tant la consommation d’eau que le volume des effluents liquides. Ainsi, en 2007, lorsque s’est posé le problème du chauffage et du refroidissement de l’espace supplémentaire résultant de l’agrandissement de l’entrepôt, les copropriétaires ont opté pour un principe de thermopompe, ce qui a permis de récupérer des surplus de chaleur ou de froid dégagés par le refroidissement des produits, de les emmagasiner dans un réservoir et de les utiliser pour un procédé subséquent. Par exemple, ils gèrent leurs surplus de chaleur qui seraient évacués dans l’atmosphère et ils les entreposent pour déglacer la réception de lait sous la forme d’un plancher radiant. De plus, un système informatisé assure un rendement optimal des appareils. En clair, chaque dollar dépensé par la fromagerie en électricité lui en rapporte quatre en énergie.

« Améliorer nos procédés et trouver des solutions novatrices, voilà deux de nos priorités en matière d’environnement », résume Jean-Pierre Salvas. « Au fil du temps, ces différents gestes finissent par produire un effet domino qui fait en sorte que l’impact sur la performance de l’entreprise est de plus en plus positif », poursuit-il. Depuis 2010, M. Alain Marchand, ingénieur chimiste, s’est joint à l’équipe de la Fromagerie Polyethnique à titre de directeur des opérations et il partage lui aussi avec enthousiasme la vision écoénergétique de l’entreprise. Dans ce contexte, M. Marchand a prêté son concours, à maintes reprises, pour faire des présentations et participer à des colloques ou à d’autres événements d’affaires afin d’exposer les différentes expériences de l’entreprise en matière d’efficacité et d’écoénergie. L’entreprise est persuadée que prendre le temps d’échanger et de partager ces nouvelles technologies pour faire connaître ces pratiques vertes et novatrices est un bon moyen de prouver leur faisabilité afin qu’elles soient imitées dans l’ensemble de la filière agroalimentaire. Puisque, au commencement, c’était la fromagerie qui assistait à ce genre de présentations et prenait des notes, c’est à son tour d’éveiller les autres avec ses projets et ses savoirs.

ADHÉRER AUX VALEURS

Ceux qui ont vu les locaux de la fromagerie ont pu remarquer un tableau accroché près des bureaux administratifs. Pas un tableau à l’huile, ni une reproduction d’une œuvre de grand maître, mais plutôt un tableau de bord sur lequel est affichée la liste des projets en cours à la fromagerie ou qui se matérialiseront dans l’avenir. Bien à la vue de tous, ce tableau constitue une motivation pour les membres du personnel, en même temps qu’un rappel de l’importance de leur mission. L’évolution et l’innovation fondent la dynamique de travail qui anime l’entreprise. C’est avec des idées comme celle-là que la Fromagerie Polyethnique est devenue une entreprise en constante évolution et un modèle pour toutes celles, en Montérégie, qui veulent conjuguer performance économique et respect de l’environnement.



POUR DENIS CIMAF, LE RENDEMENT N'EST PAS ÉTRANGER AU RESPECT DE L'ENVIRONNEMENT

Il est généralement admis qu'on ne naît pas entrepreneur, mais qu'on le devient. Il n'est pas aussi facile de tirer la même conclusion quand il s'agit d'une prédisposition pour les techniques de fabrication et la technologie. La preuve ? Le président de Denis CIMAF, M. Laurent Denis, maîtrisait déjà les opérations du soudage à... 4 ans !

SE POSITIONNER SUR LES MARCHÉS

Denis CIMAF, entreprise familiale établie à Roxton Falls en Montérégie, se spécialise dans les débroussailleuses industrielles à haut rendement énergétique, destinées aux travaux de dégagement de terrain, de prévention des incendies de forêt, de gestion de bords de routes ou de préparation et d'entretien d'emprises de lignes électriques ou de gazoducs. Elle procure du travail à dix-huit personnes, et ce chiffre pourrait augmenter au fur et à mesure des commandes de machines sur les marchés où l'entreprise redouble d'efforts pour y faire une percée. « Lorsqu'une entreprise évalue sa gamme de produits, elle peut s'interroger sur sa capacité de vendre au Québec et au Canada, mais elle peut aussi envisager sa capacité de vendre dans le monde entier », explique M. Denis. Une réflexion qui trouve sa récompense, puisque des équipements signés Denis CIMAF, aujourd'hui, il y en a au Canada, aux États-Unis, au Japon, au Chili et au Brésil, où l'entreprise a depuis peu pignon sur rue.

Tout a commencé en 1989, alors que M. Denis, qui tenait le gouvernail des Équipements Denis, s'est porté acquéreur d'une société française, CIMAF (Conception Innovation en Machinerie Agroforestière). Cette dernière avait mis au point la technologie des débroussailleuses à couteaux mobiles. L'année suivante, l'entrepreneur se retire d'Équipements Denis pour pouvoir consacrer toute son énergie à la division sylviculture, laquelle deviendra Denis CIMAF. Et 1998 est à marquer d'une pierre blanche, car cette année-là, la nouvelle entreprise opte pour la production exclusive de débroussailleuses industrielles. Ces équipements, en offrant une performance de 50 % supérieure à celle des concurrents, feront désormais la spécificité de l'entreprise et concourront à sa grande renommée.

COMPLÉMENTARITÉ AVEC LA SADC DE LA RÉGION D'ACTON

Si la qualité des équipements a compté pour beaucoup dans son succès, Denis CIMAF a également pu bénéficier de l'appui, entre autres organismes, de la SADC de la région d'Acton. « Nous sommes fiers d'avoir mis l'expertise de nos conseillers à la disposition de M. Denis et d'avoir aidé son entreprise à prendre de l'expansion et à atteindre un stade de développement qui lui permet de poursuivre sa croissance sur les marchés à l'extérieur du pays », fait remarquer le directeur général de la SADC, M. Éric Thibodeau. Le fabricant a aussi bénéficié de son financement, la SADC étant intervenue dans divers projets en collaboration avec le ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation du Québec (MDEIE), Investissement Québec (IQ) et le Centre local de développement (CLD) de la région d'Acton.

UNE SYNERGIE VITALE ENTRE L'INNOVATION ET LA QUALITÉ DES PRODUITS

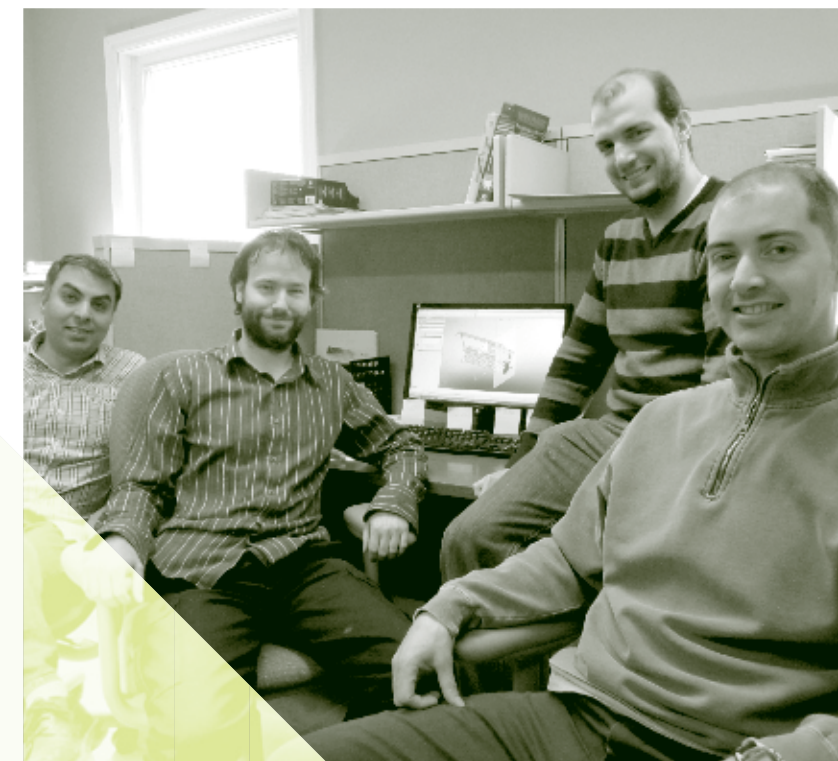
Entrepreneur chevronné, M. Denis applique le dynamisme de sa personnalité à sa gestion. Il a su insuffler à ses enfants son goût de relever des défis, puisque trois d'entre eux sont à ses côtés au sein de Denis CIMAF. La direction imprimée par le fondateur à son entreprise se fonde sur des valeurs qui ont fait leurs preuves. Voilà pourquoi on attache une grande importance, chez l'équipementier, à la qualité du service à la clientèle. Un service à taille humaine, qui conjugue accompagnement et passion, et qui amène, par exemple, Frédéric Denis à répondre aux questions des internautes et à expliquer les caractéristiques de ses produits sur des forums techniques. De plus, Denis CIMAF investit continuellement dans la recherche et le développement de solutions mécanisées respectueuses de l'environnement, qui confèrent une longueur d'avance à leurs utilisateurs.

L'accent mis sur l'innovation découle en droite ligne de la préoccupation constante de M. Denis pour le développement durable, un autre pilier de la mission qu'il a donnée à son entreprise. Les équipements qui servent à débayer des corridors d'accès à la ressource forestière permettent également de régénérer la forêt, ce qui lui confère une plus-value souhaitable. En conformité avec la ligne de conduite que l'entrepreneur s'est fixée, il est important que les produits Denis CIMAF soient, pour leurs utilisateurs, synonymes de saine gestion de la forêt et qu'ils répondent à leurs besoins tout en laissant une latitude suffisante pour ceux des générations futures.

LES BIENFAITS D'UNE IMPLICATION RÉGIONALE

Originaire de l'Abitibi-Témiscamingue, M. Denis a grandi en quelque sorte à l'ombre de la forêt, puisque son père possédait une entreprise liée aux équipements d'exploitation forestière. Habitué à voir loin, il possède également la capacité de concrétiser sa vision des affaires. « Même si, de nos jours, nous n'avons pas le choix d'adopter une perspective mondiale pour étendre la zone de distribution de nos produits, il faut continuer à garder la dimension régionale de l'entreprise dans la mire », affirme le président de Denis CIMAF. C'est ainsi qu'il a réussi à développer des partenariats stratégiques et des relations d'affaires très étroites avec des géants du secteur de l'équipement lourd, tels que Caterpillar, pour avoir un accès privilégié à des expertises des plus précieuses. Par ailleurs, une proportion élevée des composantes des produits – 60 % environ – de Denis CIMAF sont fabriquées dans le cadre d'ententes de sous-traitance, qui sont mises en œuvre, selon la volonté de M. Denis, à l'échelle régionale. Il en résulte un taux intéressant de création et de maintien d'emplois en Montérégie, ainsi que d'occasions de développement et de croissance pour les entreprises qui s'y trouvent.

L'entrepreneur est d'ailleurs très présent sur la scène locale. Il assume, en effet, la présidence du conseil d'administration du Service d'exportation Montérégie Est (SEME), un organisme ayant pour mandat d'offrir un service de première ligne à l'exportation aux entreprises de la Montérégie, en plus de s'y faire le porte-parole des entreprises de la MRC d'Acton. Il a également occupé les fonctions d'administrateur du CLD de la région d'Acton, où il faisait connaître le point de vue du secteur des affaires. Auparavant, il avait été échevin à Roxton Falls, mais il a dû laisser ces fonctions parce que la présidence de Denis CIMAF lui prenait tout son temps. Par ailleurs, soucieux des questions environnementales, M. Denis accueille dans ses locaux le secrétariat de la Corporation de développement de la rivière Noire, dont la mission est de faire la promotion de l'amélioration de l'environnement aquatique et de l'environnement en général, par la réalisation d'activités en collaboration avec les acteurs du milieu. Il s'agit, pour lui, d'une partie de la responsabilité sociale d'une entreprise bien ancrée dans sa collectivité, en même temps qu'une autre facette de sa préoccupation pour un environnement plus sain.



UN SUCCÈS À VISAGE HUMAIN

L’acquisition de l’entreprise Contacts électriques Exel, en 2010, a permis aux propriétaires actuels, M. Kevin Healy, président, ainsi que M. Toan Tran, vice-président, de concrétiser un projet de longue date de s’installer à leur compte. De plus, il s’agissait d’un secteur avec lequel ils étaient très familiers et d’une entreprise dont ils connaissaient bien le potentiel et à laquelle ils voulaient donner un nouvel élan.

ÇA DÉCOLLE

Pari tenu. L’entreprise, établie à Saint-Stanislas-de-Kostka en Montérégie, a littéralement le vent en poupe. En l’espace de dix-huit mois, elle a triplé le nombre de ses employés, qui est passé de sept à vingt et un. Le chiffre d’affaires a lui aussi bondi, dépassant toutes les prévisions faites par M. Healy au moment de prendre la barre de sa société.

« Quand nous avons pris la décision d’acheter Contacts électriques Exel, c’était avec l’idée de développer l’entreprise et de la faire monter à un autre palier de croissance. L’un des objectifs que nous poursuivions alors – et auquel nous nous consacrons sans relâche – était d’offrir davantage d’emplois de qualité à Saint-Stanislas-de-Kostka », affirme l’entrepreneur.

UN CONCENTRÉ DE SAVOIR-FAIRE

L’entreprise a été fondée en 1990. Elle a été dirigée par la même famille jusqu’à la fin de la première décennie du présent siècle, alors qu’elle a été vendue à l’un des employés. C’est de lui que M. Healy et M. Toan Tran l’ont acquise.

Spécialisée dans la fabrication de composantes électriques destinées aux fabricants d’équipement d’origine dans le secteur de l’énergie, la compagnie Contacts électriques Exel est devenue l’une des plus importantes entreprises dans son domaine. Elle fabrique également des connecteurs flexibles, des bagues collectrices, des jeux de barres omnibus, des câbles laminés de cuivre et d’aluminium, et plusieurs autres produits dérivés.

DÉSIR DE DÉPASSEMENT ET TEMPÉRAMENT DE CHEF

Kevin Healy est diplômé de l’Université Concordia de Montréal. Il compte plus de vingt ans d’expérience en marketing et en service à la clientèle, ainsi qu’en gestion de la fabrication de composantes électriques. S’il excelle à vanter le savoir-faire et l’expertise de son entreprise, il est beaucoup moins à l’aise pour parler de lui-même. Pourtant, entrepreneur visionnaire et dynamique, il n’est jamais à court de projets pour son entreprise. En outre, grâce à un sens inné de la direction, il est capable à tout coup de rassembler ses collaborateurs et les membres de son personnel autour de projets structurants pour assurer l’essor et la pérennité de Contacts électriques Exel.

Portant sa vision entrepreneuriale sur un horizon plus large, M. Healy estime que les fabricants doivent se convaincre qu’il est encore possible d’exercer leurs activités au pays et que la délocalisation n’est pas une panacée. Prenant son entreprise à témoin, il entend faire la preuve qu’il est même possible de s’engager sur le chemin du succès en exerçant, au pays, des activités de fabrication.

« Pas question de jeter l’éponge : on peut continuer à fabriquer en sol canadien. J’espère même que la progression de Contacts électriques Exel incitera d’autres gens d’affaires à travailler à la relance du secteur manufacturier au Québec et ailleurs au Canada. Et ce n’est certainement pas en déplaçant des emplois à l’étranger et en cédant notre technologie que nous allons atteindre cet objectif », ajoute M. Healy.

DES ANGES GARDIENS

Pour l’aider à devenir propriétaire de Contacts électriques Exel, M. Healy s’est adressé à la SADC du Suroît-Sud. Celle-ci lui a consenti, en 2010, des fonds dans le cadre d’un financement assuré également par le Centre local de développement (CLD) Beauharnois-Salaberry, le Mouvement Desjardins, le Fonds régional de solidarité Montérégie de la FTQ et Investissement Québec.

« La SADC du Suroît-Sud, en collaboration avec ses partenaires sur le terrain, a voulu fournir à un entrepreneur particulièrement dynamique les moyens d’assumer la direction d’une entreprise innovante, qui peut affronter la concurrence haut la main. Il nous est également apparu que M. Healy avait à cœur de faire travailler la main-d’œuvre locale, et le temps nous a prouvé que nous avions raison », explique le directeur général de la SADC, M. Robert Lafrance.

L’entreprise Contacts électriques Exel est en relation constante avec la SADC, dont l’équipe ne rate aucune occasion pour présenter, à leurs propriétaires, les divers programmes et services dont ils pourraient se prévaloir pour appuyer la croissance de leur société.

POUR GARDER LA MAIN

Depuis l’acquisition, d’ailleurs, quelque 400 000 \$ ont été investis dans la conception et la réalisation de nouveaux équipements de production exclusifs à Exel, qui aideront d’ailleurs l’entreprise à percer de nouveaux marchés.

De plus, en 2011, pour continuer à améliorer la productivité de l’entreprise et demeurer à l’avant-garde, l’équipe de direction a opté pour une nouvelle philosophie de travail dans l’usine. Dans cet esprit, la gestion allégée fait désormais partie des pratiques exemplaires préconisées par Exel. Par exemple, chaque poste de travail a été réaménagé avec l’objectif de respecter l’ordre de la chaîne de production et d’accroître de façon significative son efficacité par l’élimination, entre autres, de certaines tâches inutiles. M. Healy est persuadé qu’au rythme où les changements, qu’ils soient économiques ou technologiques, se produisent, il faut prévoir pour plusieurs décennies. « Le mot *réaction* ne doit plus faire partie du vocabulaire d’un entrepreneur de nos jours. Il faut plutôt être proactif et prendre toutes les mesures possibles pour planifier l’avenir », ajoute-t-il.

L’HUMAIN AU CŒUR DE L’ENTREPRISE

En effectuant ces différentes modifications, M. Healy n’a jamais perdu de vue l’élément humain, convaincu que le personnel d’une entreprise constitue son capital le plus précieux. C’est sans doute pourquoi Exel fait la promotion de valeurs et de principes qui participent au développement d’une bonne culture

d’entreprise et à une meilleure efficacité organisationnelle. Chez Contacts électriques Exel, l’environnement de travail favorise aussi bien l’entraide que la créativité au sein des ressources humaines.

Pour leur permettre de demeurer à la fine pointe des connaissances dans leur domaine et de maintenir un haut niveau technologique, les employés bénéficient, en outre, de programmes de perfectionnement et de formation continue. De plus, les équipements utilisés dans l’usine sont construits en respectant les normes les plus rigoureuses en matière de santé et de sécurité au travail.

Enfin, Exel reconnaît l’importance, pour les employés, qu’ils aient une vie personnelle bien intégrée à leur vie professionnelle. À cet effet, la semaine de travail est de 38,5 heures, et chaque employé a congé le jour de son anniversaire de naissance. Une gamme complète d’avantages sociaux s’ajoute à la fin de leur période probatoire.

EXEL EN VERT

L’environnement est également important pour les propriétaires; dans l’entreprise, les petits gestes au quotidien en faveur d’un environnement plus sain sont nettement encouragés. Et cela, parce que tous les efforts, toutes les décisions, tous les choix d’une entreprise comptent pour réduire son empreinte écologique.



DES PRODUITS D'ALLAITEMENT DES ANIMAUX QUI FONT RECETTE

Le Québec est aujourd'hui responsable de 80 % de la production de veau de lait au pays¹, ce qui en fait le chef de file incontesté de ce secteur agroalimentaire. Mais il n'en a pas toujours été ainsi. Il y a une vingtaine d'années, par exemple, les veaux mâles ne trouvaient guère preneur et se vendaient 50 \$. Beaucoup de chemin a donc été parcouru pour arriver à la situation présente, où l'acheteur débourse quelque 125 \$ pour se procurer le même veau. Et l'une des parties prenantes à l'essor de la production de veaux de lait est certainement l'entreprise Les Aliments Pro-Lacto inc.

LA PERSÉVÉRANCE ET L'EXPERTISE

Établie à Villeroy, dans le Centre-du-Québec, l'entreprise, créée en 2005, se spécialise dans la fabrication d'aliments d'allaitement, notamment pour les veaux de lait, les génisses, les porcelets, les agneaux et les chevreux. Les propriétaires sont tous engagés dans l'élevage. « Ce qui fait la force de notre entreprise, c'est qu'elle se fonde sur l'association de plusieurs producteurs désireux de prendre leur destinée en main. La persévérance et l'expertise des acteurs en place sont des ingrédients essentiels à notre réussite », déclare le directeur général de Pro-Lacto, M. Marcel Savoie. Avant la création de l'entreprise, les éleveurs évoluaient sur un marché régi par un petit nombre de grandes entreprises, où les producteurs n'avaient pas d'autre choix que de se conformer aux diktats des deux principaux joueurs dans ce créneau.

LA SADC ARTHABASKA-ÉRABLE : UN PLUS POUR RÉUSSIR

Quand le temps est venu de démarrer les activités de Pro-Lacto, les promoteurs se sont adressés à la SADC Arthabaska-Érable, qui a pris part au montage du projet et a mis des prévisions financières à leur disposition. De plus, la SADC leur a fourni un appui financier à deux reprises; d'abord, pour assurer le début de l'entreprise, puis lors de son acquisition par le présent actionnaire principal. « Sans l'intervention financière de la SADC Arthabaska-Érable et son soutien technique, notre entreprise n'aurait pu voir le jour ni prospérer », confie M. Savoie.

Dès qu'elle a pris connaissance du projet, la SADC a été convaincue de sa pertinence et de son potentiel. L'initiateur, en effet, est un gestionnaire de très haut niveau et dont les compétences se révèlent un gisement de croissance pour Pro-Lacto. En outre, il possède des connaissances approfondies du marché où l'entreprise est présente. Il a également ses entrées en Europe et aux États-Unis, ce qui facilite grandement tant les transferts de technologies et la réalisation d'activités de recherche-développement que la mise en marché et la distribution du veau.

DONNER LA PRIMAUTÉ À LA SATISFACTION DE LA CLIENTÈLE

Les propriétaires de Pro-Lacto sont bien au fait de l'importance de nourrir leurs bêtes avec un lait de première qualité, de façon qu'elles puissent se développer au maximum. Résultat atteint avec brio, puisque les produits de Pro-Lacto permettent un engraissement des veaux de 20 % supérieur à celui obtenu avec d'autres produits.

La philosophie que l'équipe de gestion fait sienne n'est pas axée sur les profits, mais plutôt sur la satisfaction de la clientèle. Ainsi, afin de disposer d'un produit répondant aux exigences du client en matière de qualité, l'entreprise a standardisé la production de chaque ferme d'élevage appartenant aux éleveurs. Pour s'adapter aux besoins de sa clientèle, elle personnalise les produits. À titre d'exemple : en tout temps, Pro-Lacto est en mesure de fabriquer une cinquantaine de recettes différentes. Et détail digne de mention, celles-ci sont faites à base de matières qui, ne se prêtant

pas à la consommation humaine, étaient auparavant jetées. « La dynamique et la confiance, qui sont la marque de ce groupe d'éleveurs-utilisateurs, sont gages d'un brillant avenir », fait remarquer M. Savoie. Enfin, autre volet de ses activités, l'entreprise peut également accorder du financement à certains éleveurs.

L'entreprise de Villeroy favorise le dialogue avec sa clientèle; dans cet esprit, elle est toujours en quête de commentaires ou de suggestions de la part des utilisateurs. « En résumé, Pro-Lacto s'applique à fabriquer des produits différents de ceux de ses concurrents. L'entreprise attache une grande importance à offrir des produits non seulement de grande qualité, mais également à moindre coût. La satisfaction des utilisateurs, la proximité et la disponibilité de l'équipe en place, la flexibilité, la responsabilité et la transparence sont les fondements de ses activités », souligne, pour sa part, le directeur général de la SADC Arthabaska-Érable, M. Jean-François Girard.

DES MESURES POUR DYNAMISER LA CROISSANCE

Pro-Lacto a créé huit emplois, dont six à temps plein. Ses efforts pour diversifier son marché ont porté fruit, puisqu'elle dessert maintenant une nombreuse clientèle non actionnaire de l'entreprise. Ses activités ont été couronnées d'un franc succès sur le plan financier, ayant atteint une rentabilité après impôt de 10 %, un taux que lui envient de très nombreuses entreprises. Grâce à sa remarquable performance, l'entreprise a offert un levier financier à sa clientèle actionnaire et non actionnaire, sous la forme d'une remise basée sur le volume de ventes. Au cours de l'année 2010-2011, elle a ainsi redistribué à ses actionnaires des profits de quelque 700 000 \$.

Pro-Lacto a également appliqué tous ses soins à diminuer ses coûts de production. Dans ce contexte, elle a mis en œuvre un projet de recherche-développement qui l'a amenée à fabriquer un produit canadien plutôt qu'américain. Ce coup de maître s'est

traduit par une hausse de la production de l'usine de fabrication de 1 875 tonnes à 4 000 tonnes de lait en poudre. Par ailleurs, l'entreprise a amélioré ses procédés de fabrication en incorporant à ses produits du gras liquide acheté à Montréal et à Toronto plutôt qu'aux États-Unis. Dans les deux cas, ces nouvelles façons de faire ont pavé la voie à une réduction des coûts de production.

Toujours au chapitre des pratiques exemplaires, Pro-Lacto est sur le point de réaliser un projet d'expansion et d'agrandissement de son usine; la superficie de celle-ci passera alors de 6 000 à 12 000 pieds carrés, ce qui rendra possibles tant la centralisation des opérations au même endroit que la baisse des coûts d'entreposage et de transport. La compagnie a également été active pour accroître sa productivité.

À L'HONNEUR

L'équipe de direction juge important de soutenir le développement d'une culture entrepreneuriale dans le Centre-du-Québec. Ainsi, répondant à l'invitation du comité organisateur où siégeait, entre autres, un conseiller de la SADC Arthabaska-Érable, M. Marcel Savoie a participé à la Journée nationale de la culture entrepreneuriale, le 18 novembre 2010. Cette activité, tenue à l'intention des étudiants de trois centres de formation professionnelle de la région, visait à sensibiliser notamment les milieux scolaire et communautaire à l'importance de développer les aptitudes entrepreneuriales chez les jeunes. Le directeur général de Pro-Lacto a alors exposé une situation problématique vécue au sein de son entreprise et a engagé les participants à y trouver des solutions.

La réussite de Pro-Lacto n'est pas passée inaperçue. Fort heureusement d'ailleurs! L'entreprise a été choisie comme lauréate dans la catégorie Entreprise manufacturière et/ou de transformation et de distribution, lors du 28^e Panthéon de la performance, organisé par la Chambre de commerce et d'industrie des Bois-Francs et de l'Érable, en mai 2011. Elle se fait également connaître au Québec par le truchement de commandites qu'elle accorde à divers organismes et activités.

1. Chiffre tiré du site Web *Veau de lait du Québec* (<http://www.veaudelait.com/produit/production.html>).

DES CARTOUCHES D'IMPRESSION QUI RÉDUISENT L'EMPREINTE ÉCOLOGIQUE

On produit chaque seconde 54 cartouches d'encre à l'échelle mondiale, ce qui fait, annuellement, 1,1 milliard de cartouches bien comptées! Plus hallucinant encore, ces cartouches mises bout à bout s'étendraient sur une longueur équivalant à 129 fois la Grande Muraille de Chine¹.

Ces objets dont on ne saurait se passer aujourd'hui sont pourtant source de problèmes, une fois leur vie utile écoulée. Ils contiennent, en effet, nombre de petites pièces en métal et en plastique qui, selon les estimations, peuvent prendre jusqu'à 1 000 ans avant de disparaître. Au Canada, plus de 100 000 cartouches d'imprimante et de télécopieur sont heureusement remises à neuf chaque mois par des entreprises spécialisées, qui évitent ainsi que 500 000 livres de déchets prennent le chemin des sites d'enfouissement².

EN LETTRES D'OR

L'une de celles-ci, La.Recharge.ca, a été créée à Drummondville, dans le Centre-du-Québec, par deux jeunes entrepreneurs, Martin Delarosbil et Isabelle Smith, qui en assument toujours la direction. Tant l'excellence de leur vision entrepreneuriale que leur réussite ont été reconnues par de nombreuses distinctions.

En 2011 par exemple, l'entreprise s'est vu attribuer le Grand Prix du Concours Élan CAE Drummond de la Jeune Chambre de commerce de Drummond. La même année, elle a également été primée dans la catégorie Entrepreneur innovant de l'année I Web, au Concours Inter-jeunes chambres, organisé par le Regroupement des jeunes chambres de commerce du Québec. Enfin, toujours en 2011, l'entreprise a remporté le prix Entrepreneurat Jeunesse lors du Gala des Napoléon organisé par la Chambre de commerce et d'industrie de Drummond.

Devant pareil tableau d'honneur, vous pourriez penser que l'entreprise est majeure. Vous auriez tort, puisqu'elle n'a atteint l'âge de raison qu'en 2012. Disons cependant que les propriétaires n'ont pas chômé.

SCRUTER LE MARCHÉ

Un ami de Martin Delarosbil pique un jour sa curiosité en lui apprenant que les centres de remplissage de cartouches d'impression situés à Montréal gagnent en popularité. Le jeune homme prend rapidement contact avec le propriétaire d'un tel commerce, à Sherbrooke, pour bien comprendre le marché lucratif qui se dessine. Une fois ces informations recueillies, il entend bien se lancer en affaires à Drummondville, et il demande à Isabelle Smith de l'accompagner dans cette aventure.

En 2005, ayant 4 000 \$ en poche et le cœur rempli du goût de prendre des risques et de relever des défis, Martin et Isabelle donnent vie à La. Recharge.ca dans les locaux d'un imprimeur, qui est, en fait, l'employeur de la jeune femme.

SE LAISSER ARRÊTER PAR LA MONTAGNE OU EN VOIR LE SOMMET

Les jeunes gens font leurs classes. Ils remplissent eux-mêmes les cartouches d'encre à l'aide de seringues. Un an plus tard, ils font un pas de géant en devenant complètement informatisés et en se dotant de la capacité de recharger les cartouches avec le procédé vacuum, c'est-à-dire la méthode utilisée par les grands fabricants pour remplir les cartouches d'origine.

Depuis la création de La.Recharge.ca, le succès des entrepreneurs ne se dément pas. À tel point qu'en 2011 l'entreprise avait déjà pignon sur rue dans quatre villes du Québec : Drummondville, Trois-Rivières, Granby et Québec. Toujours en 2011, Martin Delarosbil et Isabelle Smith ont, en outre, fait l'acquisition d'une usine d'une superficie de 6 000 pieds carrés à Sainte-Brigitte-des-Saults, grâce à laquelle ils pourront centraliser leur production. Ils disposeront également de tout l'espace pour mettre sur pied un service de recherche et de développement ainsi qu'un service de démantèlement des cartouches non réutilisables pour la préservation de l'environnement.

« Nous avons été victimes de notre succès. Nous avons rapidement pris de l'expansion, et notre capacité de production a été limitée par la superficie de nos installations. C'est pourquoi nous avons revu notre structure afin d'être plus efficaces et d'avoir les coudées franches pour continuer à offrir un produit de qualité », explique Martin Delarosbil, sans oublier de mentionner que La.Recharge.ca, qui ne comptait au départ qu'Isabelle et lui sur sa feuille de paie, procure maintenant du travail à 25 personnes.

DÉCRYPTER L'ADN DE L'ENTREPRENEUR

Quel est donc le secret des entrepreneurs pour permettre à La.Recharge.ca d'atteindre un tel palier de croissance? Martin et Isabelle ont en commun d'être déterminés et visionnaires. Ils se sont lancés en affaires avec très peu de ressources financières, humaines et matérielles. Mais, avec une énergie qui n'a d'égal que leur dynamisme et en mettant à profit leurs idées et leur persévérance, ils ont communiqué une impulsion à leur entreprise.

Les jeunes gens d'affaires partagent également un même goût pour l'apprentissage et, pour cela, ils se révèlent d'excellents candidats à l'autoformation. Toujours désireux d'enrichir leurs connaissances, Martin et Isabelle visitent de nombreuses expositions. Ils n'hésitent pas à se déplacer pour participer à des séances de formation, qu'elles se tiennent aux États-Unis ou même en Europe.

DES OUTILS POUR GÉRER LE DÉVELOPPEMENT

Quand est venu le moment de prendre de l'expansion et de faire l'acquisition d'un immeuble pour y loger les opérations manufacturières, en juin 2011, La.Recharge.ca a eu besoin de financement et a alors fait appel au CAE Drummond, qui le lui a accordé. « Nous entretenons une très belle relation avec les promoteurs. Ils ont démontré une capacité d'écoute en s'engageant dans une réflexion stratégique qui, non seulement les a menés à acquérir leur immeuble plutôt que d'en être locataires, mais qui les a également confortés dans leur choix », souligne le directeur général du CAE Drummond, M. Errold Mayrand.

Par ailleurs, La.Recharge.ca bénéficie du service d'accompagnement en gestion offert par le CAE. Martin Delarosbil et Isabelle Smith, qui jugent d'ailleurs cet encadrement particulièrement utile pour gérer la croissance de leur entreprise, offrent une excellente collaboration.

IMPRESSION EN VERT

La.Recharge.ca se spécialise dans la fabrication de cartouches laser et à jet d'encre recyclées à 100 %. Elle propose également un service de remplissage de cartouches à jet d'encre en 30 minutes seulement. Ses objectifs sont très clairs : offrir, à un prix compétitif, un produit québécois comparable à l'original, devenir chef de file en matière de technologie de recyclage des produits destinés à l'impression et sensibiliser les consommateurs au développement durable et aux déchets informatiques.

Bien que les produits de La.Recharge.ca soient indiqués pour toutes les clientèles, l'entreprise veut d'abord et avant tout s'adresser aux utilisateurs soucieux de respecter l'environnement. Dans cet esprit, elle cible de façon particulière la communauté étudiante et professorale – son établissement qui a ouvert ses portes à Québec à l'automne 2011 est d'ailleurs situé à proximité de l'Université Laval. Elle entend jouer pleinement son rôle de partenaire des milieux collégial et universitaire.

« Nous œuvrons dans un secteur bien de son temps, en raison entre autres de ses préoccupations constantes pour le développement durable. La mission de notre entreprise est parfaitement en phase avec le contexte environnemental de l'heure. S'il y a une chose dont nous sommes sûrs, Martin et moi, c'est que La.Recharge.ca continuera à être bien positionnée au cœur des entreprises vertes », de conclure Isabelle Smith.



1. Données affichées sur le site Web *Le Planetoscope* (<http://www.planetoscope.com>).
2. Données de l'Association canadienne des réusineurs de produits d'impression, qui peuvent être consultées sur le site Web du Conseil québécois des événements écoresponsables (<http://www.evenementecoresponsable.com/papier-et-materiel-de-bureau>).

CONNAISSANCES ET RECONNAISSANCE : UN TANDEM GAGNANT POUR ROTEC INTERNATIONAL

Le 1^{er} mars 2010, répondant à l’invitation de la SADC de Nicolet-Béancour, M. Dominic Jutras participait, sur les ondes de la station KBN 90,5, à une émission de radio dont l’objectif était de faire le tour d’une question vitale pour les entreprises de toute taille, à savoir l’innovation.

AVOIR LE SOUCI DE LA QUALITÉ DANS LE SANG

Il aurait été bien difficile de choisir un panéliste plus convaincu : l’entreprise Rotec International, où il occupe le poste de directeur de la production, carbure à l’innovation depuis plus de 25 ans. C’est en 1985, en effet, que son père, M. Robert Jutras, a fondé l’entreprise établie à Baie-du-Febvre, dans le Centre-du-Québec. Rotec s’apprête d’ailleurs à lancer un nouveau produit révolutionnaire, soit un lit pour personnes obèses, à huit pouces du sol, capable de supporter une charge de 1 100 livres. Ce lit, offert en exclusivité par l’entreprise, viendra s’ajouter à la gamme déjà fort impressionnante de lits ajustables électriques qui s’adressent aux secteurs tant hospitalier que résidentiel. « En misant sur l’innovation, comme nous le faisons, nous poursuivons l’objectif de constamment améliorer nos produits et d’en mettre en marché de nouveaux, qui deviennent la référence pour nos concurrents et vont au-delà des attentes de notre clientèle », confie le président et actionnaire majoritaire de Rotec International, M. Robert Jutras.



DÉLOCALISER ? JAMAIS !

L’entreprise ne peut se satisfaire d’innover dans la conception de ses produits; son engagement doit se refléter jusque dans les procédés de fabrication et l’équipement, sur lesquels repose la fabrication de plus en plus complexe des lits. C’est ainsi qu’au printemps 2011, Rotec International a fait l’annonce de l’acquisition d’un TruLaser Tube 7000, une machine gigantesque (75 pieds de long !) pour découper au laser 3D. M. Jutras ne cache pas sa fierté bien légitime devant le fait qu’il n’existe dans tout le pays qu’un seul autre exemplaire de cet équipement avant-gardiste qui, entre autres retombées, entraînera un accroissement important de la productivité et sonnera le glas du goulot d’étranglement que provoquait l’assemblage des composantes de lit. En outre, la machine va permettre de réduire grandement la manutention; les employés pourront alors se consacrer à des tâches à plus grande valeur ajoutée.

Simultanément à cette acquisition, Rotec International devenait propriétaire de deux bâtiments d’une superficie totale de près de 13 000 pieds carrés, à Baie-du-Febvre, qui font l’objet de divers aménagements qui l’assureront d’avoir les coudées franches pour répondre aux commandes. Cet investissement, avoisinant les 2 M\$, reflète la volonté de l’entreprise de ne pas se laisser intimider par la concurrence de l’Asie et de s’enraciner encore plus profondément à Baie-du-Febvre, une communauté des plus dynamiques à laquelle les Jutras – Annie, la fille du président, travaille également au sein de l’entreprise familiale à titre de directrice générale – sont heureux de s’associer.

LE PARTENARIAT, C’EST LA SOLUTION !

Les deux facettes de ce projet sont mises en œuvre grâce au concours de nombreux partenaires, soit la SADC de Nicolet-Béancour, Développement économique Canada (DEC), le Centre local de développement (CLD) de Nicolet-Yamaska, BMO Groupe financier, Investissement Québec, le ministère du Développement économique, de l’Innovation et de l’Exportation (MDEIE) et Emploi-Québec. Ce qui fait dire au directeur général de la SADC, M. Steve Brunelle : « Nous n’avons pas hésité à appuyer l’initiative de Rotec International, une entreprise qui joue un rôle de premier plan pour assurer la vitalité de sa communauté et qui fait reconnaître le savoir-faire de notre région ailleurs au pays et même à l’étranger. »

LES RESSOURCES HUMAINES, UNE CARTE MAÎTRESSE DANS LE JEU DE L’ENTREPRISE

Quelque 5 000 lits sortent annuellement de l’usine et, comme la croissance n’a jamais manqué un rendez-vous depuis le début des activités de Rotec, cette production pourrait bien doubler au cours des prochaines années. Une chose restera cependant immuable : tous les produits dignes de porter la marque Rotec continueront de satisfaire aux normes les plus rigoureuses, comme c’est le cas présentement, alors qu’ils sont approuvés par l’Association canadienne de normalisation (ACNOR).

Rotec International compte 66 employés – entre 5 et 10 emplois pourraient être créés d’ici la fin de 2012 – qui occupent des postes exigeant un bon niveau d’expertise. Sur le plancher de l’usine, on côtoie des ingénieurs, des techniciens, des soudeurs et des assembleurs. Peu importe les tâches accomplies, l’équipe de direction estime très important d’offrir de bonnes conditions au personnel et de lui assurer une qualité de vie qui facilitera son maintien en poste. Bien au fait de l’importance névralgique des ressources humaines pour la croissance d’une entreprise, M. Jutras a d’ailleurs tenu à souligner le dévouement et la capacité de travail hors du commun des employés de Rotec International, lors de l’annonce du projet d’expansion.

À l’extérieur de l’usine, l’entreprise s’appuie sur un réseau de vente étendu qui couvre la totalité du Québec et qui est aussi présent un peu partout dans le reste du Canada. Une partie du chiffre d’affaires est également réalisée aux États-Unis, et Rotec lorgne maintenant le marché européen. Parce que la qualité du service à la clientèle est une règle d’or chez Rotec, l’entreprise dispose également de plusieurs techniciens réparateurs dans tout le Canada afin de desservir promptement les utilisateurs.

LES JEUNES Y GAGNENT

« Même si j’attache une grande importance à ce que Rotec soit un véritable vecteur de développement économique à l’échelle locale, je m’efforce également d’être présent, personnellement, dans la communauté », de dire M. Robert Jutras. Rappelons à cet égard qu’en 2010, il a été président du Challenge 255, organisé par le Groupe Récréo-Jeunesse inc. Le Challenge est une activité fort populaire qui se déroule à Baie-du-Febvre et qui réunit des conducteurs, venus des quatre coins du Québec, désireux de s’affronter dans des courses d’accélération de camions lourds ou légers et de motos. Les profits de cette compétition sont versés intégralement à divers organismes communautaires et, en priorité, à ceux voués à la jeunesse.





DE L'AUDACE À LA RÉUSSITE

PRODUIT PAR LE
RÉSEAU DES SADC ET CAE
2012