

Entreprendre

PME DE LA SEMAINE : LAITERIE CHAGNON

Du haut de gamme à prix raisonnable

Laiterie Chagnon est le seul fabricant québécois à offrir des crèmes glacées sans trace de noix ni d'arachides. « Nous avons constaté, dit le président Denis Chagnon, une nette progression des allergies alimentaires et réagi rapidement pour répondre à la demande. »

Richard Johnson
rjohnson@journalmtl.com

Le produit est très intéressant pour les garderies, les écoles, les hôtels et les hôpitaux qui veulent protéger leurs clientèles contre le danger des allergies.

Le département de recherche et développement, dirigé par Jessica Chagnon, a mis au point six saveurs populaires, soit vanille, chocolat, caramel écossais, fraises, vanille framboises de même que fruits mélangés. On commercialisera bientôt les saveurs de brisures de chocolat et délice royal.

Située à Waterloo, la Laiterie Chagnon est l'une des rares entreprises familiales qui résistent encore aux assauts des multinationales. « Notre stratégie? Proposer des produits haut de gamme à un prix raisonnable, comme la crème glacée fabriquée à base de vraie crème, contrairement aux concurrents qui utilisent des produits dérivés. On s'appuie sur l'authenticité. Ajoutez à cela une attention continue au service à la clientèle. »

Sur les routes de Waterloo

L'histoire commence en 1954 lorsque son père, Jacques Chagnon, qui distribuait du

lait cru provenant du troupeau familial sur les routes de Waterloo, décide de se lancer en affaires.

À cette époque, les lois concernant le lait venaient de changer, et les producteurs ne pouvaient plus vendre du lait directement aux familles. Désormais, il fallait vendre le lait à une usine de pasteurisation qui, elle, après l'avoir traité, s'occupait de le distribuer.

Leur père achète donc la crèmerie des frères Norris, qui employait quatre personnes et produisait du lait et de la crème. Au fil des ans, l'entreprise grandit et, en 1984, les deux frères, Denis et Luc, deviennent partenaires à part entière dans l'entreprise.

La production augmente sans cesse pour toucher aujourd'hui 40 000 litres de lait par jour et 8 000 litres de crème glacée. La laiterie effectue aussi la pasteurisation et l'embouteillage de jus vendus sous la marque Chagnon ou sous d'autres marques.

Percer les grandes chaînes

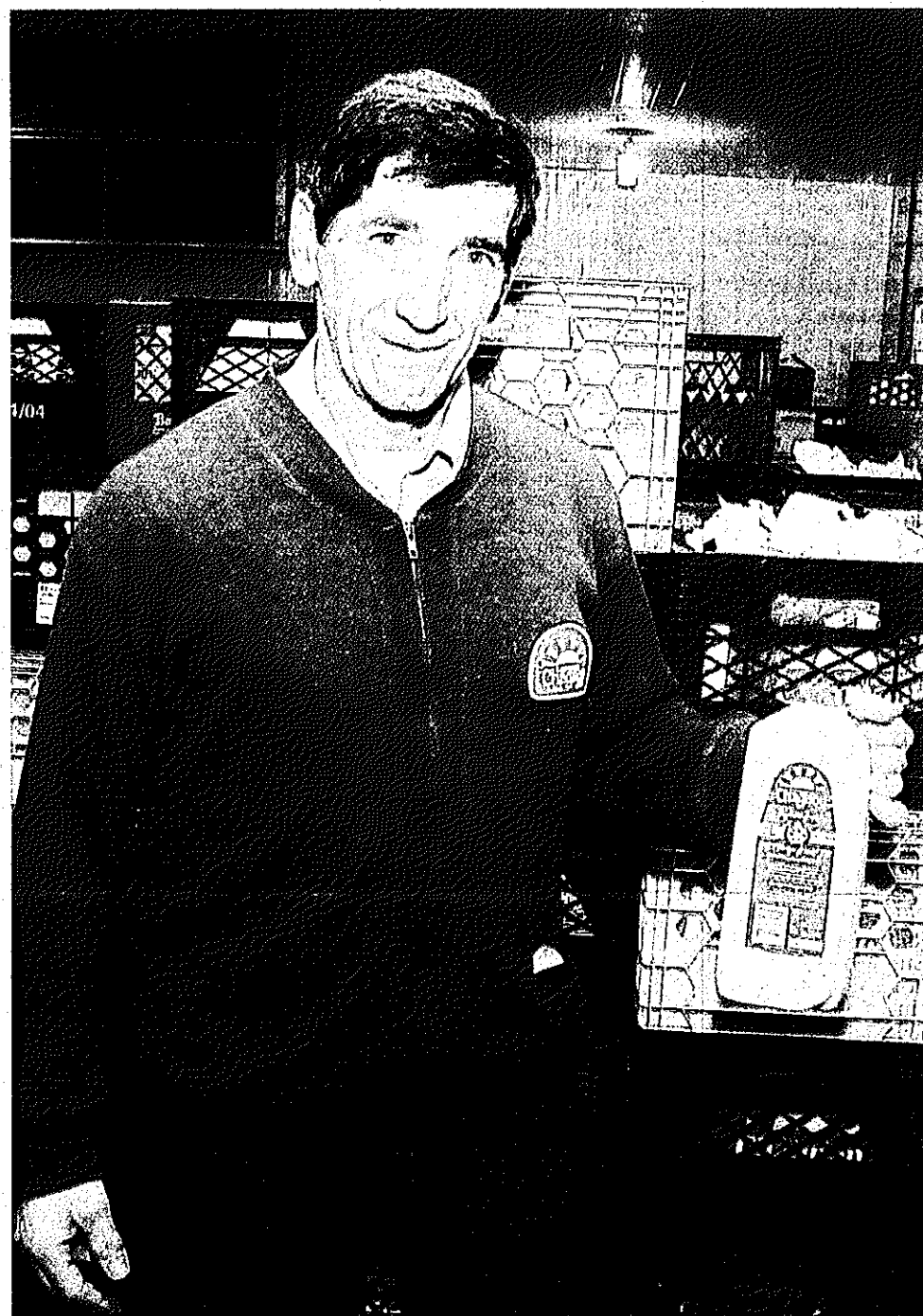
« Nos défis? Percer toutes les grandes chaînes, convaincre les Québécois d'acheter des produits d'ici et encourager notre économie. Ça prend de la patience, du courage et de l'énergie pour lutter contre des multinationales telles Nestlé ou Unilever qui ont des moyens financiers colossaux et des entrées privilégiées dans les grandes chaînes. Mais nous sommes chez Metro. »

La recette est simple, mais son exécution demande beaucoup de rigueur. Il faut travailler sur la qualité, contrôler les prix à la cenne et développer des niches.

« En plus de miser sur nos avantages concurrentiels, notre succès s'explique par les bonnes décisions. Par exemple, si, en 1989, on n'avait pas investi pour tripler la superficie de l'usine, on n'aurait pas pu développer autant et atteindre le volume de ventes qui nous permet de grandir aujourd'hui. »

Une erreur qu'on ne répétera pas?

« Avoir acheté, un jour, une trop grande quantité de produits surgelés sur bâtonnets. Ça venait de Californie. J'ai mal évalué le marché et, à la fin, il a fallu les donner. »



Denis Chagnon, président de la Laiterie Chagnon.

Photo Albert Vincent

La certification: un processus complexe

Le processus de certification pour garantir que les crèmes glacées sont libres de toute trace de noix et d'arachides est complexe.

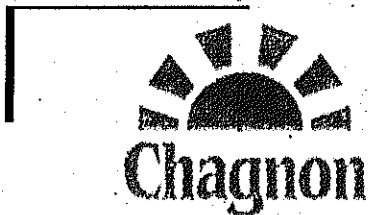
« Il fallait commencer, dit Jessica Chagnon, par faire certifier les matières premières par nos différents fournisseurs. Puis, nous avons analysé et réorganisé le processus de fabrication. »

« Bien entendu, nous avons implanté des systèmes de contrôle additionnels pour éviter toute contamination croisée et nous avons adopté une méthode d'analyse approuvée par la Food and Drug Administration américaine pour tout vérifier dans un objectif de qualité totale. »

« Avoir ouvert, dans les années 1980, le marché de la région de Sherbrooke. C'était très important car on sortait de notre région. »

« Bien entendu, nous avons implanté des systèmes de contrôle additionnels pour éviter toute contamination croisée et nous avons adopté une méthode d'analyse approuvée par la Food and Drug Administration américaine pour tout vérifier dans un objectif de qualité totale. »

Coup d'œil



Fondation : 1954
Président : Denis Chagnon
Actionnaires : Denis et Luc Chagnon
Chiffre d'affaires : 9 M\$
Employés : 40
Siège social : Waterloo
Site Internet :
www.laiteriechagnon.qc.ca