



«Comme le dernier des Mohicans»

La Laiterie Chagnon tient tête aux grandes usines de lait de consommation

WATERLOO

Dans le marché ultra-compétitif dans lequel elle évolue depuis 50 ans, la Laiterie Chagnon fait presque figure de survivante. Un peu comme le dernier des Mohicans, lance à la blague le président de l'entreprise, Denis Chagnon.



Isabel Authier

iauthier@lavoxdelest.qc.ca

Le secret de sa longévité: une farouche détermination à fabriquer un produit authentique et un effort de tous les instants pour fidéliser ses clients.

«La clientèle est plus importante qu'elle ne l'a jamais été. On a réussi à passer à travers la concentration des usines de lait de consommation — leur nombre est passé de 125 à 5 — au fil des années. Et dans le domaine de la crème glacée, c'est encore moins.»

M. Chagnon, qui dirige l'entreprise de concert avec son frère Luc, constate d'ailleurs que cette concentration s'est transformée en un monopole qui contrôle désormais le marché.

«On fait face au danger du peu d'acheteurs, affirme-t-il en faisant référence aux trois grands de l'alimentation, Sobey's, Loblaw's et Métro et à un nouveau joueur, Wal-Mart. Dans les bureaux-chefs de ces chaînes, souvent situés hors du Québec, la reconnaissance régionale n'est pas évidente. Ils cherchent plutôt à avoir le moins de fournisseurs possible, au meilleur coût possible.»

Dans ce contexte, deux défis s'offrent à la Laiterie Chagnon. «Au quotidien, c'est de faire de la qualité. Mais le plus grand, c'est de faire face au monde de géants qui est le nôtre, explique le président. La partie n'est jamais gagnée. Présentement, on est partout, sauf chez Wal-Mart, mais il faut faire nos preuves sans arrêt et ça crée nécessairement de la pression.»

Il faut dire que bien peu d'entreprises sont demeurées fidèles aux traditions d'antan. À la Laiterie Chagnon, le beurre est baratté comme «dans le temps» et la crème glacée est fabriquée à partir de crème fraîche, — contrairement à d'autres marques. «On essaie de ne pas surtraiter nos pro-

duits», assure d'ailleurs le gestionnaire.

La laiterie offre également du lait, de la crème, du fromage cottage et de la crème sure, tout en produisant du jus et des boissons aux fruits sous sa propre marque et pour d'autres compagnies.

Les vertus des produits laitiers

Très «santé», Denis Chagnon croit fermement aux vertus du lait, quoi qu'on en dise. «Le lait est encore un aliment important dans notre alimentation. À la longue, la vérité va faire surface. De toute façon, les arguments «anti-lait» sont défaits par plusieurs experts», expose-t-il.

Ce dernier rappelle que la mode est «de consommer des produits stériles et d'aller à la clinique se faire injecter des bactéries». «Les bactéries sont bonnes pour la santé. Il ne faut pas garder le corps dans une bulle de verre!», ajoute-t-il, en qualifiant de ridicule le fait de s'attaquer au lait, en ne remettant pas en question les boissons gazeuses et les

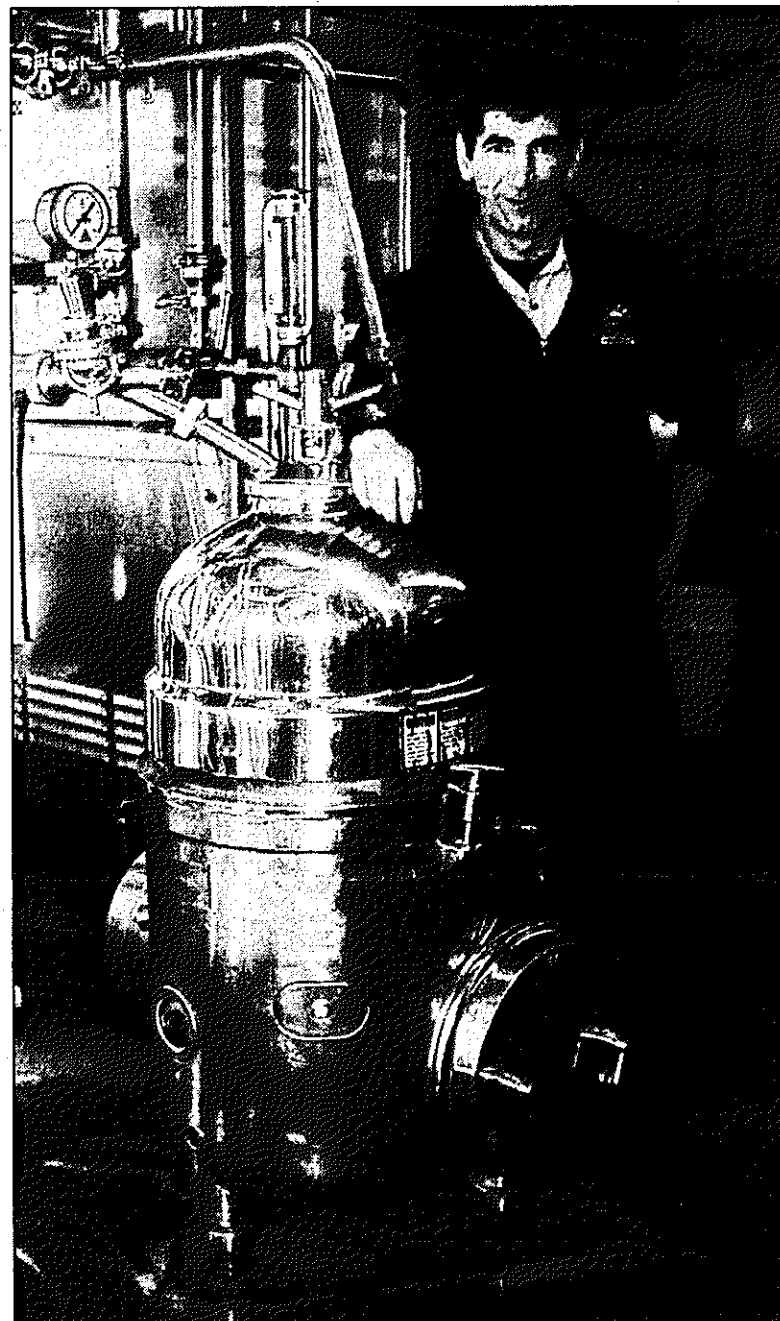
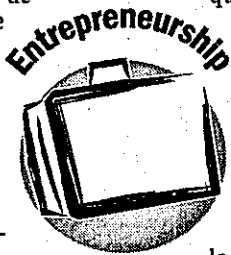


photo Michel St-Jean

Denis Chagnon admet que la compétition est féroce au sein de l'industrie agroalimentaire.

boissons énergétiques bourrées de sucre et de caféine.

agroalimentaire de perpétuel recommencement.

De génération en génération

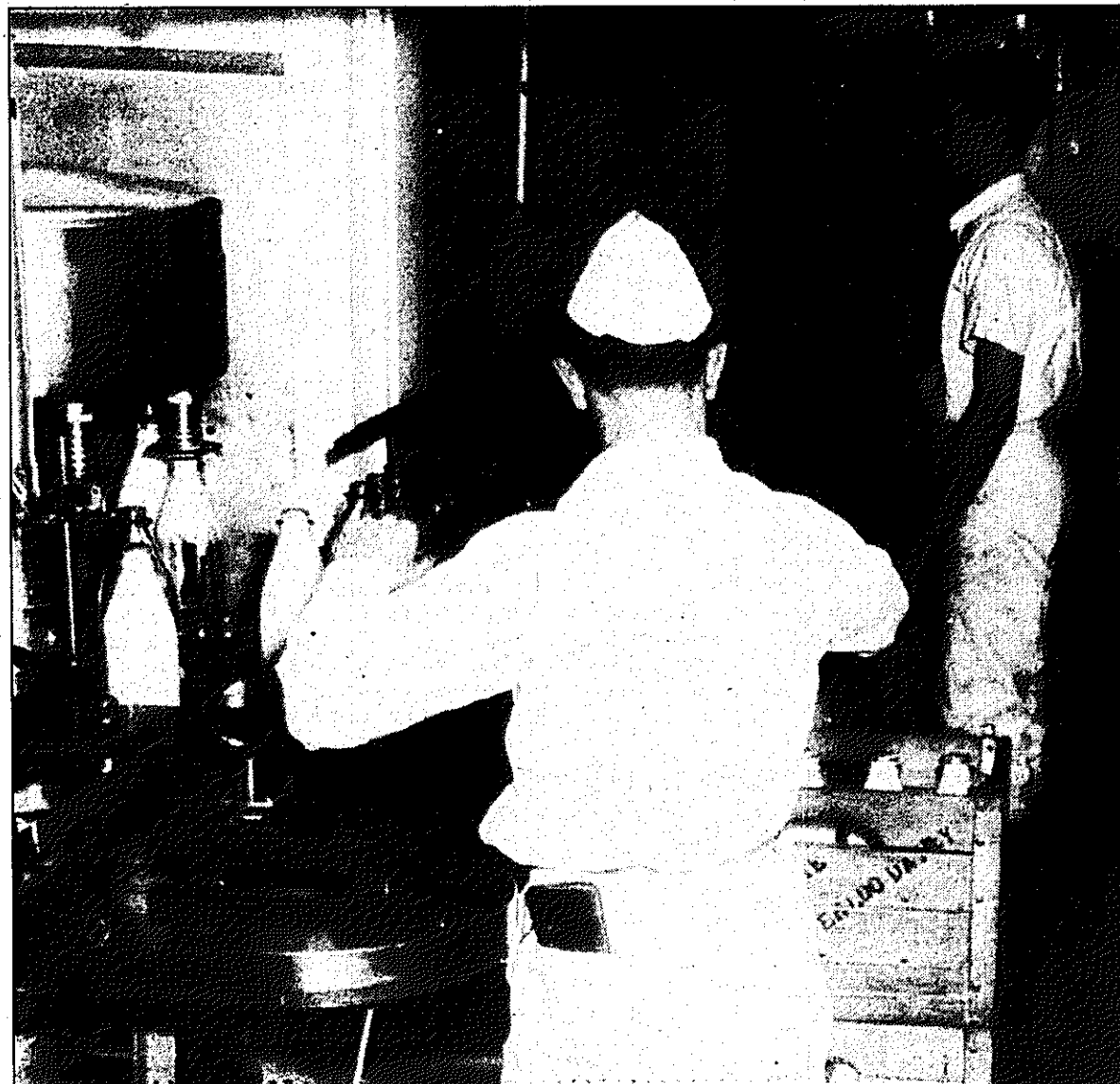
Fondée en 1954 par Jacques Chagnon, la laiterie a connu, depuis, de nombreux changements. Des agrandissements effectués en 1969 et en 1989 ont fait passer la superficie de l'usine à 12 000 mètres carrés, permettant par le fait même de faire grimper la capacité de production à près de 7 millions de litres de lait par année. Aujourd'hui, l'entreprise emploie une quarantaine de travailleurs.

«Au cours des ans, des décisions ont été prises à contre-courant. En 1969, quand Jacques a bâti l'usine, les gens lui disaient "t'es fou!". Pourtant, si on n'avait pas fait ces moves-là, on ne serait plus en affaires», constate Denis Chagnon, en qualifiant le monde

Et qu'en est-il de l'avenir des petites laiteries? «Nous, on a la volonté de continuer. On pense à ouvrir notre marché ailleurs au Québec. Et on veut développer davantage le marché de la crème glacée, grâce à de nouvelles saveurs, notamment», ajoute-t-il. (Les amateurs de crème glacée haut de gamme seront heureux d'apprendre en primeur que la saveur vanille-framboise s'ajoutera au printemps...)

C'est d'ailleurs l'une des petites-filles du fondateur (et fille de Denis), Jessica, qui depuis s'occupe du volet de la recherche, du développement et de l'assurance-qualité au sein de l'entreprise. Preuve que la tradition familiale est importante chez les Chagnon.

«Sa présence amène une banque d'idées et ça nous oblige nous-mêmes à la réflexion. C'est excellent», confie Denis Chagnon au sujet de la génération montante.



Les méthodes de fabrication ont peut-être changé au fil des ans, mais les produits n'ont rien perdu de leurs qualités originales.