

# La Fromagerie Perron vit une autre étape de croissance

SAINT-PRIME—Actuellement dans sa 112<sup>e</sup> année d'existence, la Fromagerie Perron de Saint-Prime développe, de façon significative, son marché d'exportation. Sylvie Beaudoin est employée de la fromagerie depuis bientôt 18 ans et directrice générale, depuis mars 2001. Elle a entrepris d'élargir davantage le marché à d'autres pays que l'Angleterre, avec laquelle la fromagerie centenaire a établi des liens à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle. Ainsi, la fromagerie compte de nouveaux clients à Cuba, au Mexique, en Jamaïque et ailleurs dans les Antilles. Ce sont des marchés moins connus, mais qui se développent depuis bientôt trois ans. « Il s'agit de petits marchés pour de grosses entreprises, mais pour une petite fabrique comme la nôtre, ils sont intéressants à développer. Certaines entreprises peuvent produire un conteneur de 20 000 kilos de fromage en une seule journée, mais ici, cela donne plusieurs jours de travail à nos employés ».

## Mission et vision

La nouvelle direction générale a entrepris, depuis maintenant plusieurs mois, de doter la Fromagerie Perron d'une vision à plus long terme et d'une mission officielle d'entreprise. Exceller dans la fabrication de fromage de qualité supérieure, comme cela a toujours été le cas, fait maintenant partie des textes officiels. L'entreprise se veut le chef de file dans son domaine, « guider ceux qui veulent sortir des sentiers battus ». Ainsi, la directrice générale veut s'engager concrètement au plan régional. Évidemment, elle ajoute du même souffle, que les souliers d'Albert



La directrice générale, Sylvie Beaudoin, et le président Jean-Marc Perron devant l'usine fromagère.

Perron sont grands à chausser, au chapitre de la représentation, car il était très connu. « En un sens, c'est un peu comme si nous étions une nouvelle entreprise... avec un produit très connu, une situation inhabituelle ». Née en Ontario, M<sup>me</sup> Beaudoin est parfaitement bilingue, ce qui facilite les dossiers d'exportation.

## Développement et visibilité

L'entreprise travaille, actuellement, sur un important projet de développement. La directrice explique que l'entreprise tient à ce que, dans ce cadre, « tout se fasse en région ». On va développer ici certaines activités d'ex-

portation qui, du temps de l'ancienne administration, se limitaient à la fabrication et à la vente en gros. C'est en effet, sous de gros formats, que le fromage quittait le pays pour être commercialisé, sous d'autres étiquettes que celle de Fromage Perron.

« Nous voulons produire, transformer et emballer notre produit en région, pour ensuite le vendre au détail. Nous avons toujours vendu

notre produit en vrac, à de grosses compagnies qui l'ont coupé en petits blocs et commercialisé sous leur nom. À l'extérieur du pays, notre nom sera attaché à un produit de qualité », résume M<sup>me</sup> Sylvie Beaudoin.

Au cours des prochains mois, on va donc développer le potentiel de l'entreprise.

Il y a une dizaine d'années, la fromagerie traitait annuellement quelque 6 millions de litres de lait. Elle exportait près de 70 % de sa production annuelle vers l'Angleterre, vendant le reste au Québec et en Ontario. La Fromagerie Perron traite aujourd'hui 12 millions de litres. Les quantités de fromage expédiées en Angleterre sont les mêmes, mais elles ne représentent plus que 30 % de la production fromagère totale.

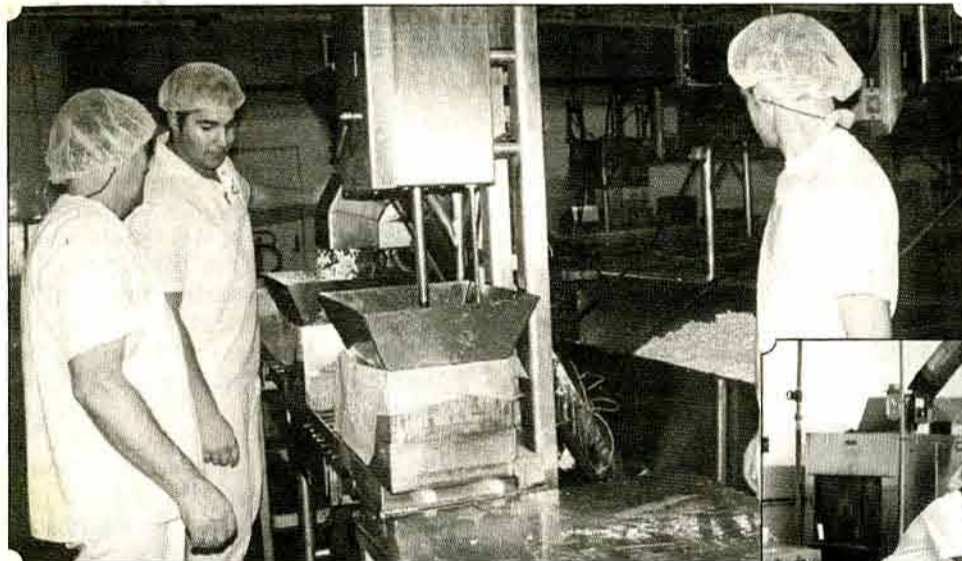
Les autres marchés extérieurs, au Saguenay—Lac-Saint-Jean, représentent 30 % de la production, ce qui confirme l'importance de l'augmentation du volume. Le marché régional,

principalement du fromage frais, et le marché extérieur des fromages vieillis, absorbent les derniers 40 % de la production.

Les fromages forts (12 mois), extra-forts (24 mois) et le doyen (48 mois) sortent de la région dans une très forte proportion, soit quelque 70 %.



Le Musée du cheddar



## Séquences de travail, dans la fromagerie.

Ce n'est pas que la population régionale les boude, mais c'est qu'elle ne constitue que 5 % de la population québécoise, s'empresse de dire la directrice générale :

« Nous ne sommes pas assez nombreux pour faire vivre les industries fromagères dont la région est très bien pourvue... Pour grandir, il nous faut déborder de la région ».

Les choses vont continuer de changer, on va mieux utiliser la capacité de production de l'usine, qui a un potentiel énorme et qui est actuellement sous-exploitée. Les nouveaux développements qui s'amorcent se feront sans devoir agrandir, grâce aux prévisions d'Albert Perron. Quand il a fait construire la nouvelle fromagerie, il a fait en sorte que celle-ci soit suffisamment vaste pour que le personnel n'y soit pas à l'étroit. Il suffira d'orchestrer des quarts de travail,

pour mener à bien l'augmentation de la production et les opérations additionnelles à venir. Les équipements actuels permettent de doubler la capacité de production.

Madame Beaudoin se réjouit déjà à l'idée de créer des emplois en région.

## Nouveaux emballages

L'un des projets qui verra bientôt le jour est celui des nouveaux emballages des produits. Madame Beaudoin se dit d'accord avec la suggestion de M. Raymond Rouleau, président du Syndicat des producteurs horticoles du Saguenay—Lac-Saint-Jean, qui prône le développement de réseaux internes de distribution entre entreprises. Cette collaboration régionale augmenterait le facteur concurrentiel de chacune des petites entreprises intégrées dans ce type de réseaux.

C'est dans cet esprit que s'est faite

l'association avec Nutrinor, à l'automne 2001. La Fromagerie Perron fabrique le fromage de marque Nutrinor. Cette coopérative et la fromagerie y trouvent des avantages. D'une part, Nutrinor s'assure de la fabrication quotidienne d'un fromage cheddar frais par une entreprise régionale renommée. D'autre part, la fromagerie de Saint-Prime profite du réseau de Nutrinor qui compte une soixantaine de distributeurs laitiers au Saguenay—Lac-Saint-Jean, dans le secteur Chibougamau-Chapais et La Tuque.

Durant toutes ces années, la Fromagerie Perron a développé, sous contrats confidentiels, la fabrication de fromage pour d'autres entreprises.

## Expérience et renommée

Il y a maintenant 112 ans que la famille Perron fabrique du fromage. Dès le début, la production partait pour l'Angleterre. À l'époque, il ne se mangeait pas beaucoup de fromage cheddar au Québec, celui-ci étant un produit de luxe.

La Vieille fromagerie a fêté son centenaire en 1995, mais le grand-père d'Albert Perron fabriquait déjà du fromage en 1887, avant de s'y installer en 1890. Depuis, même si le fromage cheddar conserve ses recettes particulières, les méthodes administratives ont beaucoup changé. En 1984, c'est pour informatiser l'entreprise, que M<sup>me</sup> Beaudoin s'est jointe à l'équipe. Elle est devenue, par la suite, secrétaire administrative, puis contrôleur avant d'occuper ses fonctions actuelles à la direction générale. Au cours de cette période, elle a complété



Au comptoir : la gérante du comptoir de ventes, Colette Garneau, et le président Jean-Marc Perron.

sa formation en informatique par un diplôme universitaire en administration.

## Différents prix

La Fromagerie Perron décroche divers prix prestigieux depuis des dizaines d'années, tant au Québec qu'à l'étranger. À plusieurs reprises, la fromagerie s'est distinguée au Royal International Dairy Show de Londres, obtenant parfois le premier prix et parfois, le second. En 1998, elle a obtenu le premier prix, pour le fromage médium, au concours du Grand prix du fromage canadien, tenu à Halifax le 13 septembre.

Au nombre des reconnaissances obtenues par l'entreprise, on note, en 1998, le Grand Prix des Fromages Champion cheddar moyen et, les deux années suivantes, le Caséus d'argent toute catégorie pour son fromage extra-fort. En 2001, autre Caséus d'or toute catégorie, pour son fromage « Doyen » et l'obtention du titre Lauréat Or PME 2001 Saguenay—Lac Saint-Jean—Côte-Nord.

