

# Voir grand, ça rapporte !

« SI ÇA EXISTE DÉJÀ, NOUS NE LE FAISONS PAS ! CHEZ NOUS, LES MOTS CLÉS, CE SONT INNOVATION, RECHERCHE, DÉVELOPPEMENT. »

Par Serge Beaucher

14

DES JARDINS  
ENTREPRISES

Voilà comment Jean-René Lemire explique le succès phénoménal de l'entreprise de chocolat biologique qu'il a fondée avec sa conjointe Josée Vigneault il y a deux ans. Cette façon de voir et de communiquer les choses est aussi, en bonne partie, ce qui a valu au jeune entrepreneur d'être choisi grand gagnant de la série télévisée

VoirGRAND.TV dont le gala de clôture s'est déroulé au théâtre Capitol à Québec, le 29 avril dernier.

Le cofondateur de Vigneault chocolatier, de Québec, était l'un des 10 finalistes de la série conçue et animée – un peu sur le modèle de Star Académie – par la femme d'affaires Anne Marcotte. Diffusée depuis janvier sur les ondes du

canal Vox, l'émission visait à faire connaître la relève entrepreneuriale du Québec, avec l'objectif avoué d'inspirer des vocations d'affaires au sein du public.

## QUAND LE RÊVE DEVIENT RÉALITÉ

La courte histoire de Vigneault chocolatier ne manque pas d'être inspirante. Renonçant chacun de son côté à une carrière bien engagée, hypothéquant leur maison et vendant leur auto, les deux fondateurs ont investi tout ce qu'ils avaient pour lancer leur entreprise. Madame, qui a imaginé le projet, allait devenir chocolatière; monsieur s'occuperait des ventes et du développement.

L'affaire a si bien marché qu'après 14 mois d'exploitation, mais trois ans de préparation, le chiffre d'affaires de la compagnie a franchi le cap du million de dollars en 2008. « Nous sommes maintenant huit personnes et nous avons un plancher de production automatisé qui nous permet d'atteindre un standard intéressant », assure M. Lemire.

## UN PRODUIT BIOLOGIQUE QUI SE DÉMARQUE

Vendus sous la marque de commerce Theobroma (du nom scientifique de l'arbre qui donne la graine de cacao), tous les produits de l'entreprise sont certifiés Écocert Canada. Sans organisme génétiquement modifié (OGM), sans arachides et sans gluten, ils ne contiennent que des ingrédients biologiques. On les trouve dans des épicerie fines et des boutiques spécialisées du Québec, de presque toutes les provinces canadiennes, de la Nouvelle-Angleterre, de la région de New York et bientôt des Antilles.

Ceux qui ont vu et goûté les longues barres effilées, remplies d'éclats de fruits déshydratés séchés à froid, conviennent que Theobroma occupe réellement un créneau unique dans l'industrie du chocolat. « Nous avons analysé le marché



PHOTO : PIERRE JOOSTEN

L'animatrice Anne Marcotte et Jean-René Lemire, le grand gagnant de la première saison de l'émission voirGRAND.TV, diffusée au canal Vox.

PRINTEMPS  
2009



PHOTO : PIERRE JOOSTEN

*Les dix participants de l'émission bénéficieront d'un plan d'envol spécifique, incluant une démarche publicitaire, conçu à partir des recommandations reçues lors de l'émission, notamment de la part des directeurs des CFE de la rive nord à Québec, membres du panel d'experts.*

comme on joue à la bataille navale, explique M. Lemire. Là où il n'y avait personne, nous avons positionné notre produit.»

Pas étonnant que la jeune entreprise ait déjà été gratifiée de quelques reconnaissances prestigieuses, dont le Grand Prix international SIAL d'or 2008, catégorie produit alimentaire, tendance et innovation – Amérique du Nord, du Salon international de l'alimentation. En avril, Vigneault chocolatier a aussi obtenu un deuxième prix pour le plus bel emballage au Canada, toutes catégories de produits confondus. Et à peine une semaine plus tard, ce grand prix du gala VoirGRAND.TV, où le lauréat, entouré des neuf autres finalistes et de 400 invités, était submergé d'émotion... et de fatigue.

### UN TREMLIN SIGNIFICATIF

Sans avoir eu le temps d'avaler une bouchée, M. Lemire venait en effet tout juste de descendre d'avion après une journée de travail dans le Connecticut et devait y retourner à 5 heures le lendemain du tournage de la grande finale de la série télévisée. «Ne serait-ce que comme placement publicitaire, si nous remportions cette finale, cela valait largement tous mes déplacements, dit-il. Voir grand, c'est, entre autres, prendre des risques calculés.»

Ont aussi valu le déplacement, les prix rattachés à cette victoire : bourse de 22 500 \$, services-conseils juridiques jusqu'à concurrence de 5 000 \$ et, pour chacune des entreprises finalistes, plan d'envol particulier conçu à partir des recommandations reçues lors de la série télévisée. Ce plan, qui comprend notam-

ment une campagne publicitaire, pourra être élaboré avec l'aide d'experts. Parmi les partenaires financiers comptaient les centres financiers aux entreprises de Québec, de Québec-Portneuf et de la Capitale. De plus, leur directeur ont également agi, tour à tour, à titre de membre du panel d'experts présent à chaque émission.

Une telle bourse qui arrive du jour au lendemain représente beaucoup pour une jeune entreprise, fait valoir le lauréat : «Sur une base de 10% de profit, c'est comme si nous venions de réaliser des ventes de 225 000 \$ d'un seul coup. Quant aux services juridiques, ils tombent pile à l'étape de croissance où nous en sommes, tout comme la campagne de communications dont nous

allons pouvoir profiter, car nous n'avions pas de ressources à mettre là-dessus.»

Pour la suite, Vigneault chocolatier continuera de suivre son plan de travail : «Nous avons une vision, une mission et un plan stratégique bien arrêté jusqu'en 2012.» L'entreprise mettra toujours au point de nouveaux produits dans ses laboratoires, continuera d'établir des partenariats avec des producteurs reconnus pour leur savoir-faire et étendra ses marchés, aussi bien localement qu'à l'échelle internationale.

«Toutes les fois que nous serons capables de repousser les limites, nous le ferons, conclut Jean-René Lemire. Comme nous l'avons fait pour VoirGRAND.TV, il s'agit de croire en nous, d'être persévérants et... de voir grand.»

## UNE ANIMATRICE COMBLÉE !

Anne Marcotte, la femme d'affaires à l'origine de VoirGRAND.TV, présidente du groupe Vivemtia, était peut-être encore plus rayonnante que le lauréat de son concours, à l'issue du gala du 29 avril dernier.

«Je suis heureuse d'avoir pris un sujet pas très grand public – l'entrepreneuriat – et de l'avoir rendu accessible à travers des histoires touchantes et inspirantes», a-t-elle confié. On se reconnaissait dans ces gens qui ont un rêve et qui veulent aller jusqu'au bout de leurs ambitions, même dans les moments difficiles.»

Près de 500 candidats se sont présentés lors de la tournée d'auditions de VoirGRAND.TV dans tout le Québec, l'automne dernier. Chacun avait trois minutes pour vendre les mérites de son projet de développement d'entreprise. Les dix finalistes retenus – de 23 à 63 ans – ont ensuite été les vedettes d'autant d'émissions.

Maintenant que la série est connue, Anne Marcotte s'attend à recevoir le double de candidatures lors de sa prochaine tournée d'auditions, à l'automne. On peut d'ailleurs déjà s'inscrire dans le site de l'émission. Il suffit que son entreprise compte au minimum deux employés. Pour information [www.voirgrand.tv](http://www.voirgrand.tv).