



Crédit photo : Fumoir Grizzly

## Fumoir Grizzly

### La recette gagnante d'un transformateur passionné

Fumoir Grizzly prépare du poisson fumé depuis près de 18 ans. Sa méthode unique, à la fois traditionnelle et novatrice, typiquement québécoise et adaptée aux normes internationales, lui assure la tête du peloton chez lui, et des percées importantes sur les marchés étrangers.

- » Fondation : 1991
- » Propriétaires : Pierre Fontaine, président-directeur général, Bernard Ruby, vice-président aux ventes
- » Nombre d'employés : une quarantaine
- » Installations : usine de 14 000 p<sup>2</sup> à St-Augustin, Québec
- » Poissons fumés présentement offerts par Grizzly :
  - Saumon Sockeye sauvage
  - Saumon Coho
  - Saumon de l'Atlantique
  - Truite Arc-en-ciel
  - Flétan du Groënland
- » Poissons que Grizzly compte ajouter prochainement à sa gamme :
  - Hareng
  - Maquereau
  - Esturgeon
  - Turbot
  - Morue
  - Corégone
  - Anguille

Grand pêcheur, le Grizzly connaît le secret depuis des temps immémoriaux : le saumon est non seulement succulent mais excellent pour la santé. Riche en protéines complètes, minéraux et vitamines, il regorge en plus d'oméga-3, ces acides gras aux multiples bienfaits. Or, cette passion pour le saumon, l'ours de l'Amérique du Nord la partage avec un consommateur tout aussi exigeant... Pierre Fontaine, fondateur et président de Fumoir Grizzly.

Celui-ci a passé un an à mettre au point sa recette de saumon fumé dans un fumoir artisanal de sa fabrication. Puis, il a testé son produit auprès des plus grands chefs du Québec et conquis une place sur leurs tables avant de se lancer en affaires, en août 1991. Ses efforts sont alors largement récompensés puisque la demande pour ses poissons fumés croît rapidement.

Depuis une dizaine d'années, cette fois, Grizzly fait des bonds de géant. Son chiffre d'affaires est passé de 2,4 millions en 1996-1997 à 7 millions en 2007-2008, et son volume de production a presque doublé : de 312 000 livres de poisson fumé, il a grimpé à quelque 500 000. À l'heure actuelle, Fumoir Grizzly domine le marché du poisson fumé au Québec.

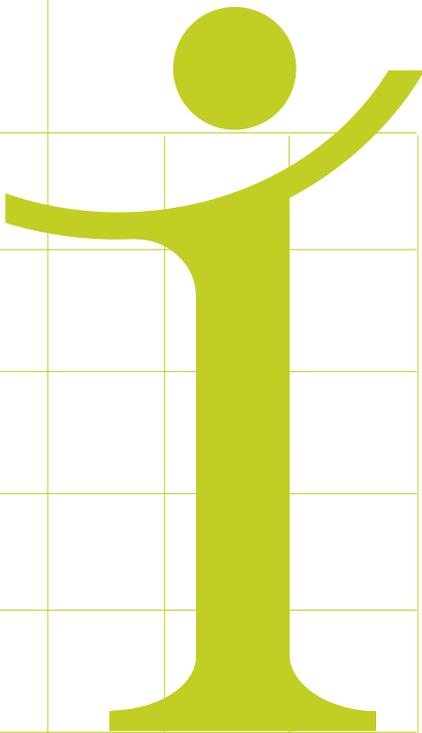
### Un ours en constante évolution

Pierre Fontaine s'inspire des méthodes de fumage ancestrales utilisées par les Amérindiens, tout en misant sur l'innovation. D'ailleurs, ce qui donne à son saumon son caractère unique, c'est entre autres le fumoir à froid qu'il a conçu à ses tout débuts comme entrepreneur. «Le fumage à froid a l'avantage de conserver la texture originale, très tendre, du saumon», affirme Bernard Ruby, associé de Pierre Fontaine depuis 1996, et vice-président aux ventes de Fumoir Grizzly.

En 2003, devant la nécessité d'agrandir, Grizzly investit cette fois dans une usine ultra-moderne, et se dote d'un fumoir à chaud qui lui donne la possibilité de fumer plusieurs autres variétés de poissons. En 2007, il fait l'acquisition d'une ligne de production automatisée et répondant spécifiquement à ses besoins. Ces équipements permettront notamment de faire face à une pénurie de main-d'œuvre annoncée et de raccourcir les délais de production.

L'accent mis sur la recherche et développement touche aussi aux questions de conservation et de salubrité du poisson. En effet, depuis quelques années, la PME collabore avec l'Université Laval pour mettre au point un bio-ingrédient qui permettra d'éliminer toute forme de Listeria, une bactérie qui peut causer d'importants problèmes de santé. Elle détiendra l'exclusivité de ce bio-ingrédient. «Nous allons constamment de l'avant; pour mieux assurer la sécurité des consommateurs... et distancer nos compétiteurs !», dit Bernard Ruby.

Cependant, la plus grande innovation de Grizzly, c'est sans aucun doute la recette de saumon fumé longuement mûrie par Pierre Fontaine, puis perfectionnée avec l'aide de la technologie.



## La recette Grizzly

À l'usine située à Saint-Augustin, près de Québec, le saumon est placé dans une saumure composée de sel et de 26 épices, puis rincé, et badigeonné de sirop d'érable, ce qui lui donne une touche unique. Le fumage à froid a lieu ensuite, et se fait successivement avec du bois naturel, d'érable, de cerisier et de pommier. Finalement, le saumon est tranché, emballé et congelé. «Nos équipements automatisés ont amélioré notre efficacité et l'innocuité de nos produits en limitant les manipulations. Mais aussi leur constance, grâce en particulier à un tranchage du poisson plus égal», souligne Bernard Ruby.

Résultat ? Supérieur à ce que proposent plusieurs autres marques, si l'on en croit des consommateurs réunis par L'épicerie, célèbre émission de Radio-Canada. En effet, celle-ci organisait en mars 2005 une dégustation de saumons fumés à l'aveugle, dont Grizzly sortait grand vainqueur ! Modeste, Bernard Ruby soutient qu'il n'y a pas un saumon qui soit objectivement meilleur que tous les autres... «Certains préfèrent le saumon de l'Atlantique à celui du Pacifique, ou encore le Sockeye au Coho. C'est affaire de goûts, et les goûts ne se discutent pas !». Cependant, nuance-t-il, chaque étape de la préparation d'un saumon fumé façonne évidemment sa texture et sa saveur finales. Au surplus, la qualité du poisson au départ est primordiale : «On ne peut pas fabriquer un produit fini numéro 1 si notre matière première est numéro 2 ou 3. Un excellent approvisionnement est essentiel».

## Frayer en eaux internationales

Fumoir Grizzly a déjà fait plusieurs percées à l'étranger, notamment en France, au Japon, aux États-Unis et au Panama. Elle a été la première entreprise québécoise du genre à obtenir un permis d'exportation auprès de la Communauté économique européenne (CEE), et le premier fumoir canadien à exporter sur le marché français. «Vendre en France représente tout un défi, car notre saumon fumé, dont le taux de sel est moins élevé que celui des produits européens, a une durée de vie plus courte. En même temps, nos premières tentatives ont été très encourageantes : notre poisson plaît beaucoup», constate le vice-président.

Aujourd'hui, l'appétit de Grizzly est «énorme», avoue-t-il sans ambages : «Nous voulons nous assurer d'exploiter tout le potentiel de nos équipements, puis recommencer à développer de nouveaux produits, et à conquérir des marchés !»

Véronique Lord



Québec  
Chaudière-Appalaches

L'agence de développement économique