

# ENTREPRENDRE

## Une vraie entreprise familiale

Emballages Carrousel fait une large place à la relève



**Pierre Thérout**  
pierre.therout@transcontinental.ca

Chez Emballages Carrousel, l'expression « entreprise familiale » prend tout son sens. D'abord, parce que son fondateur Denis Jalbert s'est entouré de sa fille Brigitte et de son neveu Serge Méreineau qui s'apprentent à assurer la relève de cette entreprise qui célèbre cette année son 35<sup>e</sup> anniversaire. Mais aussi, parce qu'il y règne un bon esprit de famille et de camaraderie parmi les quelque 175 employés de cette PME spécialisée dans la distribution et la fabrication de produits d'emballage alimentaires et industriels.

« Le sentiment d'appartenance est très fort. Les employés ont à cœur le succès de l'entreprise et y contribuent grandement », soutient M. Jalbert.

Selon lui, c'est l'une des raisons qui expliquent pourquoi Carrousel a le taux de roulement le plus bas de son industrie. Certains employés, embauchés comme camionneurs, oeuvrent maintenant au service des ventes.

Alain Hotte, neveu du premier directeur des ventes de l'entreprise, y travaille depuis son adolescence alors qu'il a occupé plusieurs postes, allant de commis à l'entrepôt aux ventes internes avant de devenir... actionnaire. Le cinquième actionnaire, Richard Blais, s'est joint à Carrousel à titre de vendeur.

### Une clientèle de 5 000 entreprises

En 1959, Denis Jalbert amorce sa carrière dans le domaine de la distribution d'emballages pour l'industrie alimentaire en occupant des postes de livreur, de vendeur, puis de comptable. Lorsque l'entreprise qui l'emploie ferme ses portes, en 1971, il décide, à l'âge de 35 ans, de lancer sa propre entreprise.

Les débuts sont modestes : il recrute ses premiers clients parmi des petites boucheries, boulangeries, fruiteries et épicerie dans la région de Montréal. Sa clientèle s'agrandit pour inclure les supermarchés, les restaurants, les pâtisseries et boulangeries, les grossistes, puis des usines de transformation et de fabrication.

Les pellicules, sacs, contenants de styromousse et d'aluminium pour l'emballage de produits d'alimentation sont les principaux produits distribués par Carrousel qui dessert aujourd'hui quelque 5 000 entreprises au Québec. Cascades et Reynolds figurent parmi ses principaux fournisseurs.

Emballages Carrousel a réellement pris son envol au milieu des années 1980, lorsqu'elle s'est lancée dans la fabrication de boîtes de carton pour répondre à la demande de petites boulangeries et pâtisseries.

En 1988, à l'initiative de Brigitte Jalbert qui vient de joindre l'entreprise, Carrousel devient la première de son secteur à produire et distribuer un catalogue couleur présentant ses produits. Dans une industrie qui privilégie généralement la vente directe comme seule stratégie de marketing, cette innovation « a permis à l'entreprise de bâtir son image, d'avoir plus de visibilité », dit M<sup>me</sup> Jalbert.

Au début des années 1990, l'unité de fabri-



Denis Jalbert, en compagnie de son neveu Serge Méreineau et de sa fille Brigitte, prêts à assurer la relève.

cation de boîtes en carton change de vocation et se met à produire des sacs à pain baguette en papier qui, quelques années plus tard, seront offerts avec une fenêtre transparente. Première Moisson est l'une des principales clientes de Carrousel.

De 1986 à 1994, année où l'entreprise s'installe le long de l'autoroute 20 à Boucherville, la superficie de ses installations passeront de 800 m<sup>2</sup> à plus de 6 600 m<sup>2</sup> (71 000 pi<sup>2</sup>). Depuis 2004, elle a consacré 3,6 M\$ à des agrandissements – jusqu'à 7 900 m<sup>2</sup> – et à l'achat d'équipement.

### Une croissance annuelle de 15 %

Carrousel affiche des revenus de 80 M\$, ce qui représente une croissance annuelle moyenne de 15 % depuis sa création. Sa clientèle provient à 95 % du Québec; 5 % des produits sont exportés aux États-Unis.

Le secteur alimentaire constitue sa principale clientèle, mais l'entreprise mise aussi sur l'emballage industriel pour poursuivre sa croissance. L'acquisition en 2004 de Distribution René Careau, qui œuvre dans ce domaine, lui ouvre les portes.

« L'achat de Careau nous a apporté l'expertise nécessaire pour développer davantage ce marché », dit Serge Méreineau, précisant que le secteur industriel pourrait éventuellement représenter le tiers des revenus. Ce secteur, qui ne comptait presque pour rien il y a cinq ans,

**SOUS LA LOUPE**

**NOM** > Emballages Carrousel  
**ACTIVITÉ** > Fabrication et distribution de produits d'emballage  
**SIÈGE SOCIAL** > Boucherville  
**EMPLOYÉS** > 175  
**CHIFFRE D'AFFAIRES** > 80 M\$  
**MARCHÉS** > Québec, États-Unis  
**ACTIONNAIRES** > Denis Jalbert, Brigitte Jalbert, Serge Méreineau, Richard Blais, Alain Hotte  
**ANNÉE DE FONDATION** > 1971  
**SITE INTERNET** > www.carrousel.ca

représente aujourd'hui 10 % de ses revenus.

Par ailleurs, au chapitre du développement de produits, M<sup>me</sup> Jalbert note depuis deux ans un engouement pour des produits d'emballage recyclables, biodégradables ou écologiques. « Mais nous manquons de fournisseurs pour répondre à la demande. »

Autre étape importante : la succession à la direction, amorcée en 1997 par des changements à l'actionnariat. « Un jour, un employé m'a demandé ce qui arriverait à l'entreprise si je décédais », souligne M. Jalbert. Il a alors décidé de céder une partie de l'entreprise à sa fille, à son neveu Serge Méreineau, ancien président-fondateur d'Autocars Orléans Express, qui a joint Carrousel en 1994, et à deux autres cadres de l'entreprise. ■

**MA GRANDE  
MOTIVATION**

» Contribuer à la qualité de vie des employés en leur offrant le meilleur milieu de travail possible.

– Denis Jalbert