

Les prémices...

Un phénix qui renaît de ses cendres

Les Industries Phomère inc. sont nées
en août 2016 des cendres d'Au Vêtement du livre.

En 2014, une véritable histoire d'horreur débute pour les employés d'Au Vêtement du livre. L'entreprise ayant été vendue à un organisme à but non lucratif se voit finalement contrainte de déclarer faillite en mai 2016 à la suite de deux ans de mauvaise gestion.

« Des gens sont
arrivés un matin à
la dernière minute
et nous disent :
Bon on ferme ça ! »

Yannick, Jérémy et Rémy qui travaillent dans la bâtisse depuis plusieurs années sont abasourdis car ils savent ce qu'ils vont perdre.

« Je ne veux pas scraper une promesse, on connaît les clients, on est proches d'eux, ça fait longtemps qu'on les sert et on a développé des affinités. » — Yannick

Ils ont des contrats à long terme avec certains clients qui dépendent de l'entreprise. La fermeture d'Au Vêtement du livre causera certainement des problèmes à ces clients. Ils ne peuvent laisser faire cela. « On est tous des gars de confiance ! »

Un plan de sauvetage

Comment va-t-on faire ?

Ils se font un plan : « on a besoin de cette machine-là absolument, celle-là aussi, celle-là aussi. » Cependant, le syndic ne voulait pas leur faire de cadeau et lorsqu'il sort les lots, ils sont obligés de tout acheter. « On n'avait qu'une semaine pour se revirer de bord ! »

Sans se décourager, ils s'associent avec un de leurs gros clients, Jean, qui devient un partenaire dans cette aventure. Grâce à son aide, ils réussissent à élaborer leur montage financier et à amasser les sommes nécessaires afin de se procurer la machinerie désirée à l'encan.

« Ça a marché parce nous étions tous du monde avec des bonnes valeurs; l'entraide, la confiance. »

« Au début, on est allés voir les banques avec notre plan d'affaires. On leur a dit qu'on ferait un million dans la première année et elles nous ont toutes ri dans la face. Ça fait qu'on a eu zéro financement, on a tout acheté sans l'argent des banques pis on a pogné notre million de chiffre d'affaires la première année. Après cela, elles nous ont réapprochés. »

Les quatre acolytes démarrent leur entreprise avec rapidité et efficacité. Les discussions se succèdent et les décisions se prennent à vive allure.

« Au final, tout ce qu'il ne faut pas faire quand tu montes un business, bien nous, on l'a fait. Pas de convention, pas rien, ok *let's go, go, go*, tout sur la confiance. Ça a marché, mais je ne vous le conseillerais pas. »

En fait, ils avaient tous une grande reconnaissance envers ce qui avait été bâti et ne voulaient pas briser la relation qu'ils avaient développée avec leurs clients, fidèles depuis de nombreuses années.

Pour eux, la fermeture d'Au Vêtement du livre ne signifiait pas nécessairement la fin de leur carrière dans ce domaine. Certaines entreprises voulaient les engager pour bénéficier de leurs aptitudes professionnelles.



Let's go...



Yannick, Rémy et Jérémy
souhaitaient avant tout garder
leur indépendance. Travailler
pour quelqu'un d'autre du
lundi au vendredi, de 8 à 5 ?

« Ce n'était pas
notre intention ! »

**Ils ont plutôt
décidé de se
lancer dans
l'aventure de
Phomère.**

Vision et valeurs...

Du renouveau dans la tradition

En reprenant le flambeau, les quatre actionnaires visaient quelques niches qui étaient des piliers du côté de la vente : menus, registres funéraires et albums photos.

« À la base, Au Vêtement du livre misait principalement sur des produits de reliures pour des imprimeurs et des graphistes. Nous, on ne voulait pas nécessairement mettre l'emphasis là-dessus. » Ils ont donc incorporé leur entreprise sous le nom de Phomère : pour Photo, Menu, Reliure.

Être maître dans son domaine

Après cinq ans, leur créneau s'est précisé et ils offrent maintenant des produits corporatifs personnalisés.

La majeure partie du travail effectué dans les locaux de Phomère est de nature artisanale.

« Tout est entièrement fabriqué sur place, rien de formaté, c'est un travail d'artisan. »

768 B

SHERIDAN

EMERSON PRESSES
NEW YORK CHICAGO LONDON.

PLATE PRESS

PRESSION

RAYON
ROUGE

« On peut faire des produits très complexes. Elle est là l'expertise. »

Avec leurs années d'expérience dans le domaine ils ont acquis de bonnes aptitudes manuelles et surtout une bonne connaissance des méthodes à utiliser nécessaires pour exécuter l'ensemble des étapes de fabrication de ces articles sur mesure. Chaque produit est construit et réalisé minutieusement en vue de répondre aux attentes du client.

« Depuis quinze ans que l'on fait cela, on est rendus à un stade où c'est un peu nous qui sommes les maîtres relieurs, c'est dans la façon dont on conçoit le produit. On pense à quelque chose et après ça, on trouve le moyen technique de le réaliser. C'est du bricolage, un peu d'ébénisterie. »



Une impulsion ancrée :

faire un produit personnalisé

Les quatre actionnaires ont un désir profond de toujours aller plus loin dans la conception et la fabrication d'un produit personnalisé et sur mesure.

« Un client est arrivé et nous a dit : J'ai vu ça, un menu en bois avec de la cuvette. Il m'a envoyé une photo, et on lui a dit : « Tu veux avoir ça, ok ! » On trouve les méthodes pour faire en sorte qu'il ait son produit avec ce qu'il veut vraiment dégager et qui « va fitter avec son essence même ».




Au début, Phomère a fait affaire avec un ébéniste pour concevoir ce genre de produits. Toutefois, comme ils étaient habitués à être indépendants et de tout faire à l'interne, ils ont finalement acheté une machine pour la découpe et la gravure du bois. « C'est notre machine la plus technologique dans la place. »

Maintenant que le bois est devenu un matériau de base dans la fabrication de leurs produits, il faut sabler, teindre, vernir. Ils ont donc aussi acheté un banc de scie et ont développé tous ces postes de travail. « Cela demeure un processus artisanal même si tu as de l'équipement moderne pour le faire. »

« Et là, les menus de bois c'était très, très, hot ! »

Tranquillement, leur zone de confort s'agrandit. Ils achètent de nouveaux équipements en fonction de la demande de clients pour être en mesure de répondre à davantage de besoins.



« On veut offrir un produit
corporatif personnalisé, sur mesure,
entièrement fabriqué à
l'interne. C'est ce qui nous

démarque ! »



Relever le défi de la pandémie

Comme plusieurs entreprises, la pandémie a eu ses effets négatifs pour Phomère qui se dirigeait vers sa meilleure année avant que le gouvernement ne ferme tout en mars 2020.

« Quatre têtes valent mieux qu'une. Tout le monde a essayé de trouver une solution tout de suite. »

« On était bouclés full, full, full, jusqu'en juillet. On venait de faire une année très hot, avec de grosses ventes à tous les mois, puis là, le téléphone sonne : Attends ! Attends ! Attends ! Des centaines de milliers de dollars de commandes annulées. On est passés de 100 quelques milles dollars par mois à 2000 \$. »

Certains domaines ont eu droit à des subventions, mais pas eux car « après les trois premiers mois, les manufactures devaient ouvrir, mais on n'avait pas plus de commandes car les domaines de nos principaux clients étaient arrêtés : les restaurants et le funéraire. »

Tous positifs, les associés ont mis leur système D en marche pour trouver le bon chemin, comme ils savent le faire avec les produits qu'ils développent.

Ils ont ainsi lancé un site web afin de vendre des produits aux particuliers. Cette initiative a connu un succès qui les a franchement étonnés.

« On pensait vendre des produits de reliure, mais ce qu'on a vendu c'est plus des produits connexes, avec de la gravure, boules de Noël, porte-cellulaires, verres, photos, cadeaux personnalisés. » Ils ont alors réajusté le tir pour créer Kingkado.com.

Malgré tout, la pandémie a donné un élan formidable à Phomère.

Une synergie d'équipe

Au début de l'aventure, les associés entendaient des gens leur répéter qu'ils étaient trop nombreux à gérer l'entreprise et qu'ils allaient nécessairement éprouver des difficultés.

Au contraire, ils se complètent à merveille.

« Même s'ils ont chacun leur propre rôle, tous les membres de l'équipe peuvent pallier le travail de l'autre si requis. Ils peuvent ainsi bénéficier d'une excellente qualité de vie. »

« On a tous des enfants et c'est important qu'on puisse profiter du temps avec eux, on travaille fort l'hiver et l'été on prend un vendredi sur deux, on est capables d'avoir une qualité de vie au travers de tout ce brouhaha parce qu'on est quatre. Si tu es tout seul à tout faire, ça ne marche pas, ton moral est moins bon, t'as personne pour te dire – c'est pas grave... cette semaine ça va bien aller. »

Ils partagent des valeurs semblables qui leur permettent ainsi de concilier de façon équilibrée leur vie personnelle et professionnelle.

équilibre

amitié



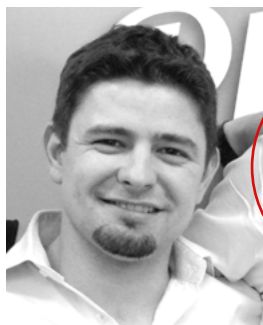
**« On est pas mal
proche, on est des
bons chums. »**

En fait, ils sont tous devenus des amis en travaillant ensemble. Lorsqu'ils ont décidé de partir en affaires, ils connaissaient déjà la façon de travailler de chacun et savaient qu'ils étaient totalement sur la même longueur d'onde.

« L'été, on part tout le monde ensemble pour les vacances. Pas de meeting de job, on est des amis. On est capables de tout fermer, mais on va dans les restaurants et on regarde les menus », disent-ils en chœur ! Même si certains partenaires ont des caractères un peu à l'opposé, ils réussissent à bien s'entendre.

Leur particularité : Tout le monde se respecte, est capable de se faire dire la vérité et de la prendre. « On n'a pas de conflits, mais des obstinations, des confrontations d'idées, mais ça il en faut. C'est comme cela qu'on peut discuter pour avancer. »

En coulisse...



Le
spécialiste
de la vente

Jérémie Belrose

**Service client et
développement des affaires**

À l'âge de seize, dix-sept ans, Jérémie a débuté un emploi Au Vêtement du livre puisque son frère y travaillait déjà. Il a ensuite travaillé chez Emballage de la Capitale où il a pu tout apprendre sur la boîte en général, les conceptions personnalisées de boîtes d'emballage ainsi que le dessin.

« Après, Fred est revenu me chercher, mais pour travailler aux Éditions quatre saisons, l'entreprise de son père qui faisait la création de menus de restaurants », indique-t-il.

En tant qu'associé, Jérémie touche principalement aux ventes dans le menu de restaurant qui est une niche importante pour Phomère et il s'occupe beaucoup du marketing, de la conception et du design du produit sur mesure avec Yannick.

« Aller voir le client, lui porter sa job, la relation que cela m'amène, c'est ce que j'aime le plus. »



Le pro de
la gestion

Yannick Mottard

**Service client et
administration**

Yannick a étudié en gestion de commerce. « Oui, j'ai mon diplôme là-dedans, mais le gros de ce qu'on apprend, c'est ce qu'on apprend dans la vraie vie. »

Il a travaillé dix ans pour Fred où il s'occupait de la gestion et de l'estimation des projets de reliure standard.

« J'étais bien proche de Fred et j'ai toujours senti que l'on voulait constamment essayer de faire ce que les autres personnes n'étaient pas capables de faire. »

Ainsi, Yannick se consacre à l'administration et au marketing lié aux réseaux sociaux. Il touche également à la conception et au design des produits sur mesure avec Jérémie. Après, c'est Rémy qui entre en jeu.

...des modè



**L'expert
à la
production**

Rémy Pelletier

**Directeur de
production**

À l'âge de dix-sept ans, Rémy débute sa carrière dans le domaine du service aux imprimeurs, dans les découpes de papier.

« J'ai fait cela pendant sept ans environ et à l'âge de vingt-quatre ans j'ai switché Au vêtement du livre. C'était complémentaire pour moi, je faisais de la découpe mais j'ai aussi appris à faire de la reliure, de la dorure, et tous les procédés qu'on utilise ici. Je me suis intéressé pas mal à tout ce qu'il y avait. Aujourd'hui, avec Phomère, on fait un peu de tout ça. »

D'un talent inégalé, Rémy concrétise les idées qui lui sont soumises pour répondre parfaitement aux attentes du client.



**Un
partenaire
de cœur**

Jean Vaillancourt

**Développement
des affaires**

Jean était déjà un entrepreneur dans le secteur funéraire depuis environ sept ans avant d'investir dans l'aventure de Phomère. Grâce à son expertise, il est donc devenu en charge des ventes de tous les produits reliés au domaine funéraire.

Partageant les mêmes valeurs que le trio, Jean s'est avéré être beaucoup plus qu'un simple partenaire financier. Il a agi un peu comme un mentor et a su vraiment participer au développement de l'entreprise.

« On se parle assez régulièrement et on se voit cinq à six fois par année. C'est un ami. »

...

Les inspirants !

... et aussi

Un pilier de l'ombre

Dans cette belle chimie qui unit les quatre actionnaires, il y a Frédéric, dit Fred. C'est le ciment qui est à la base de cette grande amitié. Propriétaire de la bâtisse, il est aussi leur ancien employeur.

« C'est en fait grâce à Fred que tout le monde est chum et que tous forment un cocon assez uni. Pendant dix ans, j'ai travaillé avec Fred super proche, après cela j'ai travaillé avec Jérémy et après avec Rémy. »
— Yannick

Jean, le quatrième actionnaire est aussi un ami de Fred. « Ils se sont rencontrés dans un salon funéraire, c'est devenu son fournisseur et ils sont devenus des chums. »

Fred fait partie de la tradition qu'ils veulent poursuivre, il est aussi leur ami. Il a su créer un climat de travail agréable en instaurant des petites rencontres amicales le vendredi après-midi.

« On le fait aussi de temps en temps avec nos employés et quand on le fait, tout le monde reste, ils aiment cela. Après, lorsque les employés entrent au travail, ils sont de bonne humeur. »



Rémy, Yannick, Fred, Jérémy et Jean

« Il est un peu notre mentor. C'est lui qui nous a transmis cette vision du travail basée sur la fraternité. »

Fred n'est pas associé, mais c'est un peu comme si. « Si on fait un souper d'actionnaires, il vient tout le temps, il fait partie de l'équipe, il fait partie de l'atmosphère, on est quatre sur papier, mais cinq en vrai. »

Fred s'investit tout autant que les quatre associés et il a également aidé à ce que la pandémie n'impacte pas l'entreprise. Lorsque tout était fermé, il allait travailler sans savoir si un salaire lui serait remis : « Payez-moi pas, pas de problème. »

« Fred est un good guy ;-))) , quand même ! »

Une esquisse de l'avenir...

Une vision stratégique

Après avoir combiné des secteurs, acheté un laser et une nouvelle machine, puis engagé un vendeur à Montréal à temps plein, les quatre actionnaires continuent de réfléchir aux multiples façons de faire progresser leur entreprise et de mettre en œuvre leur vision stratégique axée sur le développement des produits corporatifs sur mesure.

Rien n'est à leur épreuve !

Ils souhaitent également continuer la vente de cadeaux personnalisés sur leur site Internet et la création d'albums photos avec montage en ligne : « Cela deviendra un très gros morceau de notre entreprise. C'est notre idée de base, notre vision, on ne veut pas passer à côté d'Internet ! »

« On a plein de
canaux ouverts, on
va avoir plusieurs
créneaux. »



132, rue Giroux
Québec (Québec) G2B 2Y2

581 703-3220

info@phomere.com
www.phomere.com



Direction de l'édition : Audrey Dallaire
Auteure : Audrey Dallaire
Conception graphique : Lilliane Racine
Révision : Nathalie Boivin