



Tradition  
& innovation

*Les prémices...*

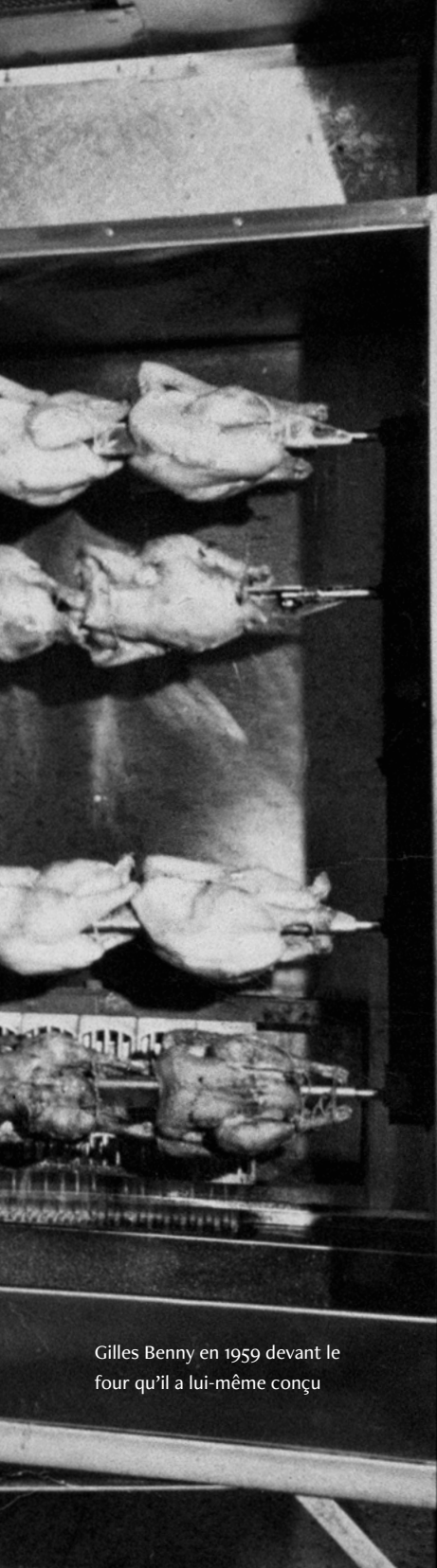
## Saisir les occasions

---

La croissance de Benny&Co. s'explique par le flair qui pousse la famille Benny à saisir les opportunités qui alimentent la flamme entrepreneuriale.

Automne 1947. Un gel hâtif détruit toute la récolte de tabac de Joseph-Georges Benny. Loin de se laisser abattre par la catastrophe, l'agriculteur cherche à rentabiliser ses installations. « Notre oncle contacte un ami dont le métier consiste à noyer les coqs alors sacrifiés à la naissance et décide d'installer 1 550 poussins dans ses séchoirs à tabac, de les nourrir et de les vendre. »

Le premier élevage s'avère lucratif. Dès l'année suivante, Joseph-Georges construit, avec l'aide de ses frères, de vrais poulaillers. Solidaires et passionnés, les huit fils de William Benny découvrent le métier d'aviculteur sur la ferme familiale de Sainte-Mélanie, avant d'acquérir leur propre entreprise aviaire.



Gilles Benny en 1959 devant le four qu'il a lui-même conçu

Huit frères Benny



Voiture de livraison dans les années 1960



## Suivre son instinct

Les bénéfices d'une association s'imposent dans l'esprit de la fratrie, qui fonde Benny & Frères. Rapidement, ils deviennent les plus grands éleveurs de poulets de la région de Lanaudière. Dans un souci de contrôle de la qualité, ils acquièrent une meunerie, un couvoir et un abattoir. Bien avant que la notion n'émerge dans le discours économique, le principe de l'intégration verticale est bien présent dans l'esprit des entrepreneurs.

« L'idée de la restauration émerge quand notre père, Gilles, conçoit dans son atelier un four à broche rotative qui cuit le poulet lentement, sans le dessécher. »

Le poulet rôti fait fureur lors des fêtes familiales du clan Benny, qui s'empresse de dire : « C'est trop bon ! On ne peut pas garder cela pour nous. Il faut en faire profiter les familles de la région ! »

Les frères et leur beau-frère s'unissent de nouveau et ouvrent la rôtisserie de Joliette en 1960. En vingt ans, ils inaugurent 13 autres restaurants répartis dans les plus grandes villes du Québec. Chacun des propriétaires exerce ses activités sous une bannière différente, mais tous servent à leur table la fameuse recette de poulet.

« Plus de 60 ans plus tard, des répliques modernisées du four original sont en fonction dans toutes les succursales. »

# Agilité

« Ils sont partis comme des  
pionniers à travers le Québec  
pour faire goûter le savoir-faire  
de la famille Benny. »

Yves, Vincent et  
Jean Benny en 1970





Yves, Jean, Lucie et Vincent Benny entourent leur mère Rolande

## La 2<sup>e</sup> génération pilote la *croissance*

La fin des années 1970 et le début des années 1980 marquent l'entrée en scène de la deuxième génération de la famille Benny. Plusieurs membres, dont Jean, Pascal, Jean-François, Angèle, Maryse, Vincent, Madeleine, Bruno, Yves, Josée, Jocelyn, Normand et Suzanne prennent alors la relève des opérations des rôtisseries... et ouvrent des dizaines de nouvelles succursales.

« Notre implication dans l'entreprise familiale allait de soi. Quand on était jeunes, on habitait au-dessus du restaurant. Si on était assez grands pour utiliser l'escalier, on était assez grands pour donner un coup de main au resto ! »

Quelques années plus tard, une vingtaine de cousins et de cousines s'associent pour former un groupe d'achat.

« On a fait de belles choses ensemble, mais il fallait penser à la pérennité de nos entreprises. D'où l'idée de créer une marque commune. »

# Pérennité

## Création de la marque **Benny&Co.**

En 2006, Jean développe la marque Benny&Co., qui s'inspire du mouvement américain *fast casual dining*, ou restauration rapide haut de gamme.

Cette marque, il l'imagine alors qu'adolescent, il travaille derrière le comptoir du resto familial. « À l'époque, avec mes frères, on a visualisé une chaîne de restaurants avec des pignons rouges et un service à l'auto. C'est étonnant de constater que 20 ans plus tard, les restaurants Benny&Co. ressemblent à ce que l'on a dessiné quand on était jeunes. On a concrétisé notre vision ! »

Le nouveau concept Benny&Co. propose à sa clientèle une ambiance décontractée. Si le comptoir de commande demeure, c'est toutefois dans une salle à manger chaleureuse et familiale que la clientèle déguste son repas... dans de la vraie vaisselle !

Alors propriétaires de cinq restaurants, Yves et Vincent rejoignent la marque en 2009 et s'associent avec Jean et Dino Di Girolamo, son bras droit, afin de créer Benny&Frères, qui devient le siège social des activités de Benny&Co.



Le C.A. Benny&Co. :  
Jean, Yves, Vincent Benny  
et Dino Di Girolamo

« Benny&Co. agence la restauration rapide à une cuisine traditionnelle de qualité. Cela plaît autant aux familles qu'aux professionnels qui veulent bien manger en peu de temps. »

En quelques années, plusieurs membres de la famille adhèrent à la marque. En 2014, Benny&Co. regroupe 35 établissements.

« Les propriétaires répétaient, dans chacun dans leurs établissements, les mêmes opérations. Ils se sont vite rendu compte qu'il était plus profitable de se regrouper. C'était une logique d'économie d'échelle. »

Les avantages de la mutualisation sont nombreux. En effet, le nouveau siège social offre un encadrement professionnel à tous les niveaux : marketing et relations publiques, financier, opérationnel, développement de marchés, développement immobilier, approvisionnement, technologie de l'information, etc. Les restaurateurs peuvent donc se concentrer sur les opérations de leurs restaurants et l'ouverture de nouveaux emplacements.

« Le regroupement nous a permis de développer nos marchés et d'augmenter notre notoriété, mais ce que l'on souhaitait surtout, c'était de préparer le terrain pour nos enfants. »

# Tradi tion nelle



## Un legs pour les générations à venir

La création d'une marque unique vient souder les membres de la famille, qui vivent désormais dispersés aux quatre coins de la province. Benny&Co. provoque les occasions de rassemblements, mais surtout, facilite l'intégration des jeunes.

« On a vu venir le défi de la relève et on a décidé de mettre en place une structure pour ne pas perdre notre héritage familial. La standardisation des opérations, le partage des politiques et la consignation des recettes étaient nécessaires pour préserver l'essence de l'entreprise. »

La perte d'un certain pouvoir décisionnel n'emballé pas certains propriétaires, mais la majorité emboîte le pas. Une décision que les groupes familiaux ne regrettent pas.

« Les propriétaires ont doublé, triplé et même quadruplé la grosseur de leur entreprise en se joignant à Benny&Co. »

© Dali creative media







© OSA Images

## Une marque aux **couleurs** de la jeunesse

Les membres de la troisième génération s'impliquent activement dans le développement de la marque. Ce sont eux qui concrétisent le rêve de Gilles de servir un délicieux repas de poulet à toutes les familles du Québec.

« Les jeunes voulaient investir dans un camion de rue, mais on était bien trop occupés à gérer la croissance de l'entreprise et à piloter l'ouverture de nouvelles succursales. »

Ils reviennent à la charge en 2015.

« La préparation du projet de camion de rue a été une occasion riche d'apprentissages pour nos enfants. Pour nous convaincre, ils ont structuré le projet et évalué les risques. Ce fut un véritable tremplin pour eux. »



**Depuis, le camion de rue est présent partout au Québec dans divers événements, en plus de servir des clients dans des événements corporatifs.**

Vision et valeurs...

# Le plaisir de travailler ensemble

---

La famille Benny est toujours aux commandes d'une entreprise florissante qu'elle gère dans le respect des valeurs familiales en misant sur le travail d'équipe et l'excellence du produit.

Derrière la stratégie marketing de Benny&Co. se cache la volonté de rassembler tous les membres de la famille sous une même enseigne. Les bénéfices économiques sont indéniables, mais l'effet collatéral est encore plus important : unir la famille pour assurer la prospérité des entreprises individuelles et permettre le déploiement des talents.

« On garde de beaux souvenirs des fêtes familiales de notre jeunesse. Avec le temps, la famille a grossi et s'est éloignée géographiquement. La création de Benny&Co., le colloque annuel, les activités de la fondation et les rencontres du comité de franchisés nous donnent une occasion de nous réunir et de célébrer ensemble. »

« Ensemble, on est plus forts ! »

L'émergence de la marque familiale contribue à la multiplication des succursales, pavant la voie à l'implication de toutes les générations et cristallisant le sentiment d'appartenance.

**39 membres de la famille Benny travaillent dans l'entreprise :**

- 9 membres de la 2<sup>e</sup> génération;
- 25 membres de la 3<sup>e</sup> génération;
- 5 membres de la 4<sup>e</sup> génération.



## Le Québec dans nos cuisines

La famille Benny demeure fidèle à ses racines. Elle se fait un devoir d'encourager les entreprises québécoises pour contribuer à la vitalité des communautés.

Ainsi, plus de 80 % des produits au menu provient du Québec alors que la filière canadienne de la chaîne d'approvisionnement s'élève à 90 %.

La réputation de la marque se bâtit autour de la qualité exceptionnelle du produit. Chez Benny&Co., la fraîcheur est sans compromis.

« Pince-sans-rire, Gilles disait aux clients : si vous voulez du poulet réchauffé, il va falloir revenir parce que là, le poulet est fraîchement sorti du four ! »

Encore aujourd'hui, les restaurateurs attribuent leur succès à la recette élaborée par Gilles. « On a été éleveurs de poulets. Le produit, on le connaît. La méthode de cuisson lente, dans un four conçu par mon père, d'une volaille choisie avec soin, c'est ça, la différence Benny ! »

**Cuit en trois heures,  
mais servi en trois minutes.  
Voilà la distinction Benny & Co. !**





## Conjuguer **tradition** et **modernité**

L'histoire à succès de la famille Benny repose sur la capacité des gestionnaires à ancrer les valeurs traditionnelles dans la modernité. « On est très agiles pour identifier et répondre aux besoins de notre clientèle. »

Cette agilité permet aussi à l'équipe de s'adapter aux nouvelles exigences du marché du travail. « La majorité de notre main-d'œuvre est âgée de 16 à 20 ans. Il a fallu ajuster nos méthodes. Maintenant, les gérants textent avec les employés pour ajuster les horaires tous les jours. Ça prend beaucoup de flexibilité. »

Les nouvelles générations remettent en question les méthodes traditionnelles de gestion. Grâce à elles, le télétravail et la flexibilité des horaires font maintenant partie du quotidien des gestionnaires et de leurs employés.

« Au siège social, on aime se retrouver au bureau, mais on est flexibles avec les horaires. J'accepte qu'un employé travaille de la maison parce que la garderie est fermée. Ça fait partie de notre nouvelle réalité. »

# Portraits de famille



## La famille tatouée sur le **cœur**

Fondée en 2013, la Fondation Benny&Co. amasse des fonds pour contribuer au mieux-être des jeunes avec des besoins particuliers en leur permettant d'avoir accès à des séjours adaptés à leur réalité. Une activité salubre pour les jeunes et un répit bien mérité pour les parents.

Tous les franchisés participent à la mission de la fondation en remettant 0,25 \$ pour chaque repas bambin vendu. De plus, la fondation organise annuellement une diversité d'activités-bénéfice, dont la Grande Collecte durant laquelle les clients sont invités à remettre un don à l'achat d'un repas. En 2022, la levée de fond récolte une somme de 130 000 \$, ce qui a permis d'envoyer 70 jeunes au camp de vacances.

« La fondation, grâce à la générosité des propriétaires franchisés, des fournisseurs, des partenaires et de la clientèle, nous a permis de remettre un total de plus de 1 500 000 \$ à des organismes qui viennent en aide aux jeunes et à leurs familles. »

Et ce n'est qu'un début : la Fondation Benny&Co. grandit au rythme de l'entreprise. Ainsi, depuis 2022, lors de l'ouverture d'une nouvelle succursale, un don de 3 000 \$ à 5 000 \$ est remis à un organisme de la région.

La Fondation Benny&Co. représente également un espace supplémentaire d'implication où chacun des membres de la famille peut participer et déployer ses talents.

« Les activités de la fondation se déroulent dans un cadre plus détendu qui favorise le maintien des bonnes relations et des liens d'amitié entre les membres de la famille. Cela permet de tempérer les tensions qui surviennent inévitablement dans les entreprises familiales. »

# Intégrité

## Le changement de garde

Durant la crise sanitaire, les jeunes de la troisième génération ont prouvé qu'ils étaient prêts à reprendre le flambeau. Alors que les aînés sont confinés à la maison, ils gèrent un quotidien parfois chaotique, tout en gardant le cap sur le développement de l'entreprise.

« On était bien positionnés pour faire face à la situation puisque les services de livraison et de commande en ligne faisaient déjà partie des points forts de la chaîne. Malgré tout, ce sont les jeunes qui nous ont permis de faire des gains durant la crise. »

La Fédération des chambres de commerce du Québec souligne d'ailleurs le parcours exceptionnel de l'entreprise en lui décernant le prix Entrepreneuriat Grande Entreprise au concours Les Mercuriades 2022.

« Il n'y a pas que des inconvénients aux épreuves de la vie. Au lendemain de la pandémie, on a décidé de laisser la gestion quotidienne de l'entreprise à nos enfants, qui siègent maintenant au comité de direction. »

« Ils mènent la barque à leur façon... et c'est très bien ainsi ! »



Le comité de direction de Benny&Co.

## Miser sur la relève

La pandémie qui fragilise le secteur de la restauration engendre de profondes réflexions au sein de l'équipe.

« Je me souviens très bien de ce samedi soir du mois de mars 2020. Quand j'ai ouvert mon portable, j'ai constaté que nos ventes avaient chuté de 60 %. J'ai alors pris conscience qu'en une seule journée, tout peut s'arrêter. »

Les gestionnaires réalisent alors toute l'importance de la diversification des sources de revenus. Une stratégie déjà bien implantée qui s'accélère à compter de 2021 grâce au dynamisme de la relève.

À la société immobilière Benny&Frères qui appuie la croissance du réseau de franchisés s'ajoutent la vente de produits en épicerie, l'achat de matières premières et une usine de transformation qui approvisionne les succursales Benny&Co. ainsi que d'autres restaurants et institutions.

« Nos jeunes ont des idées plein la tête. Ils sont structurés, réfléchis et devenus des experts dans le calcul des risques. On est fiers de leurs réalisations. »





# En coulisse...



**Le visionnaire audacieux**

## Jean Benny

**Président-directeur général**

Jean acquiert son premier restaurant à l'âge de 19 ans. Gestionnaire accompli, il possède, en 2023, 34 des 77 succursales de la chaîne qu'il fonde en 2006. Père de sept enfants, il veille à la transmission des valeurs familiales, qui consistent à faire plaisir aux gens en leur offrant un repas de qualité supérieure qu'ils dégustent rapidement dans un lieu chaleureux et accueillant.

Quand Jean prend la parole, c'est la sagesse de l'expérience qui parle. Celui qui a travaillé avec acharnement à rassembler la famille autour d'une marque prospère est fier de passer le flambeau à la relève, dont il salue les qualités de gestionnaires.

« En gestion, il faut s'adapter à l'imprévisible. Cela nous permet d'apprendre et d'évoluer. Notre parcours me rend fier de tout ce que nous avons accompli. »



**Le fin communicateur**

## Yves Benny

**Vice-président, développement des marchés**

Yves évolue dans le milieu de la restauration depuis une cinquantaine d'années, mais sa passion pour le théâtre ne se cache jamais bien loin. Habile communicateur, il sait capter l'attention de son auditoire. Aussi à l'aise avec les chiffres qu'avec les mots, il pilote le développement de l'entreprise qui a maintenant pignon sur rue dans onze régions du Québec ainsi qu'en Ontario.

Gardien de l'histoire familiale, sa mémoire déborde d'anecdotes plus savoureuses les unes que les autres. Celui qui a conservé son cœur d'enfant aborde la vie avec enthousiasme. Pour Yves, le travail doit être synonyme de plaisir. Un plaisir qu'il sème autour de lui quotidiennement.

« Notre seule ambition a toujours été de saisir les occasions et de réaliser nos projets. Modestement. Une étape à la fois. »



*L'infatigable*

## **Elisabeth Benny**

**Vice-présidente,  
marketing et relations publiques**

Elisabeth a non seulement grandi dans l'entreprise; elle en a analysé toutes les facettes lors de ses études universitaires en gestion de commerce. L'étudiante est d'ailleurs sollicitée par son père en marge de la refonte de l'image de marque en 2006. Depuis, elle a établi son nid au siège social, d'où elle pilote la croissance de l'entreprise familiale.

Véritable bourreau de travail, Elisabeth distribue les sourires partout sur son passage. Son sens de l'humour légendaire lui permet d'aborder les problèmes avec légèreté et de les solutionner, en équipe, avec rigueur. Toujours partante, collègues et famille savent qu'ils peuvent compter sur elle.

« Nos parents ont ouvert les portes à la relève et cela m'incite à faire de même au sein de mon équipe. »



*Le stratège*

## **Jean-Christophe Benny**

**Directeur,  
développement des marchés**

Aucune demi-mesure pour Jean-Christophe. Ses interlocuteurs obtiennent de lui la vérité et rien que la vérité. Oreille attentive, son ouverture d'esprit lui permet en contrepartie d'accueillir les propos de ces collègues. Son authenticité, teintée de bienveillance, ajoute à sa capacité à tisser des liens forts avec les gens.

Avec son esprit analytique, Jean-Christophe joue un rôle de premier plan dans le développement et l'intégration de nouveaux marchés. Sportif émérite, notamment au niveau du football universitaire, il embrasse les projets avec énergie alors qu'une bonne dose de persévérance lui permet de faire face à l'adversité sans broncher.

« Je veux contribuer à la pérennité d'une entreprise exceptionnelle qui s'adonne à porter mon nom de famille. »



Le  
rassembleur

**Nicolas Filiatrault**  
**Vice-président,**  
**finances et administration**

Nicolas se joint à l'équipe Benny&Co. en 2009 avec le mandat de mettre en place le système de franchises familiales et de structurer le département des finances de la nouvelle entreprise. Ce qu'il réalise avec brio !

Leader charismatique et médiateur perspicace, il contribue positivement au rassemblement des membres de la famille. Celui qui jongle avec les chiffres d'une entreprise en croissance accorde une grande importance aux relations avec les franchisés, les fournisseurs et les partenaires.

Grâce à son implication au sein de l'association Restaurant Canada, Nicolas garde un œil attentif sur l'évolution du marché mondial de la restauration. Une vision dont bénéficie assurément Benny&Co.

« Je considère important que tous se mobilisent pour trouver des solutions innovantes aux enjeux auxquels nous devons faire face. »

Miam ! Miam !



## Une esquisse de l'avenir...

# Des projets plein la tête

---

À travers les époques, la famille Benny a su tirer son épingle du jeu à force de persévérance, de résilience et d'un brin d'audace. L'avenir s'annonce prometteur pour le roi du poulet rôti !

Entre 2009 et 2019, le chiffre d'affaires de Benny&Co. augmente de 670 %. Les membres du siège social et les propriétaires franchisés se félicitent de cet immense succès, mais pas question de ralentir la cadence. Les projets s'empilent sur la planche de travail, et la relève de la troisième et de la quatrième génération a soif de défis !

Malgré la pandémie, l'équipe marketing entame la refonte de l'image de marque.

« On est partis de ce qui a été créé en 2006 pour migrer vers une version Benny&Co. 2.0. »

Elle optimise donc le logo pour lui donner une plus grande polyvalence d'utilisation sur les plateformes numériques avant de s'attaquer à l'aménagement des établissements.

« À compter de 2021, nos 74 succursales adoptent un décor plus moderne qui met en valeur la richesse de l'histoire familiale avec l'ajout d'un mur Portraits de famille. »

Entièrement élaboré par les membres de la relève, les clients retrouvent, dans le nouveau concept d'aménagement, le même service rapide, dans une ambiance encore plus décontractée. L'ajout d'un espace-bar met en valeur la nouvelle carte de boissons alors que la section de service pour emporter, qui se trouve plus près de la porte d'entrée, comporte désormais une confortable aire d'attente.



# Excellence



Les membres de la famille Benny

## Des projets pour les générations à venir

La relève alimente la croissance de l'entreprise. Et ses projets sont ambitieux. L'équipe de Jean-Christophe prévoit compléter le développement du marché québécois avec l'ouverture d'une vingtaine de nouvelles succursales d'ici 2025.

Prochaine étape : la conquête du marché ontarien.

Poursuivant son élan de diversification des marchés, Benny&Co. s'introduit dans le quotidien des familles avec la mise en marché d'une variété de produits vendus en épicerie. L'objectif : développer quatre nouveaux produits par année.

Dernier projet en lice, et non le moindre. En janvier 2023, la famille Benny s'associe à Paul le Gourmet, une entreprise familiale spécialisée dans la cuisson des protéines en thermorégulateur pour les établissements hôteliers et les restaurateurs.

**« Les défis de la relève, ça nous connaît !  
L'association avec le fils de l'un de nos fournisseurs était naturelle, puisqu'on partage les mêmes ambitions de développement. »**

## Les défis de la pérennité

Jean, Yves et Vincent sont optimistes quant à l'avenir de l'entreprise. « La première génération de Benny a forgé sa place dans un marché sans compétition. La deuxième génération s'est imposée dans un marché pris d'assaut par les grandes chaînes internationales de restauration rapide. »

Aujourd'hui, la compétition est féroce, mais « notre avantage est solidement ancré dans l'expertise et la tradition familiale de servir des repas de qualité avec rapidité. »

**Pour l'avenir, le plus grand défi de Benny&Co. consiste à conserver son agilité malgré la croissance.**

« Benny&Co. doit s'ajuster au goût du consommateur tout en demeurant fidèle à la tradition familiale et à son créneau d'excellence : servir un poulet rôti savoureux, de qualité supérieure, à un prix abordable. C'est tout un défi, mais on a plus de 60 ans d'expertise pour nous guider ! »





60, rue Émilien-Marcoux  
Blainville (Québec) J7C 0B5

450 621-1990

[commentaire@benny-co.com](mailto:commentaire@benny-co.com)  
[www.benny-co.com](http://www.benny-co.com)



Direction de l'édition : Audrey Dallaire  
Auteure : Caroline Horrell  
Conception graphique : Liliane Racine  
Révision : Marcelle Racine