

Les prémices...

# Authentique fromage au goût... d'antan

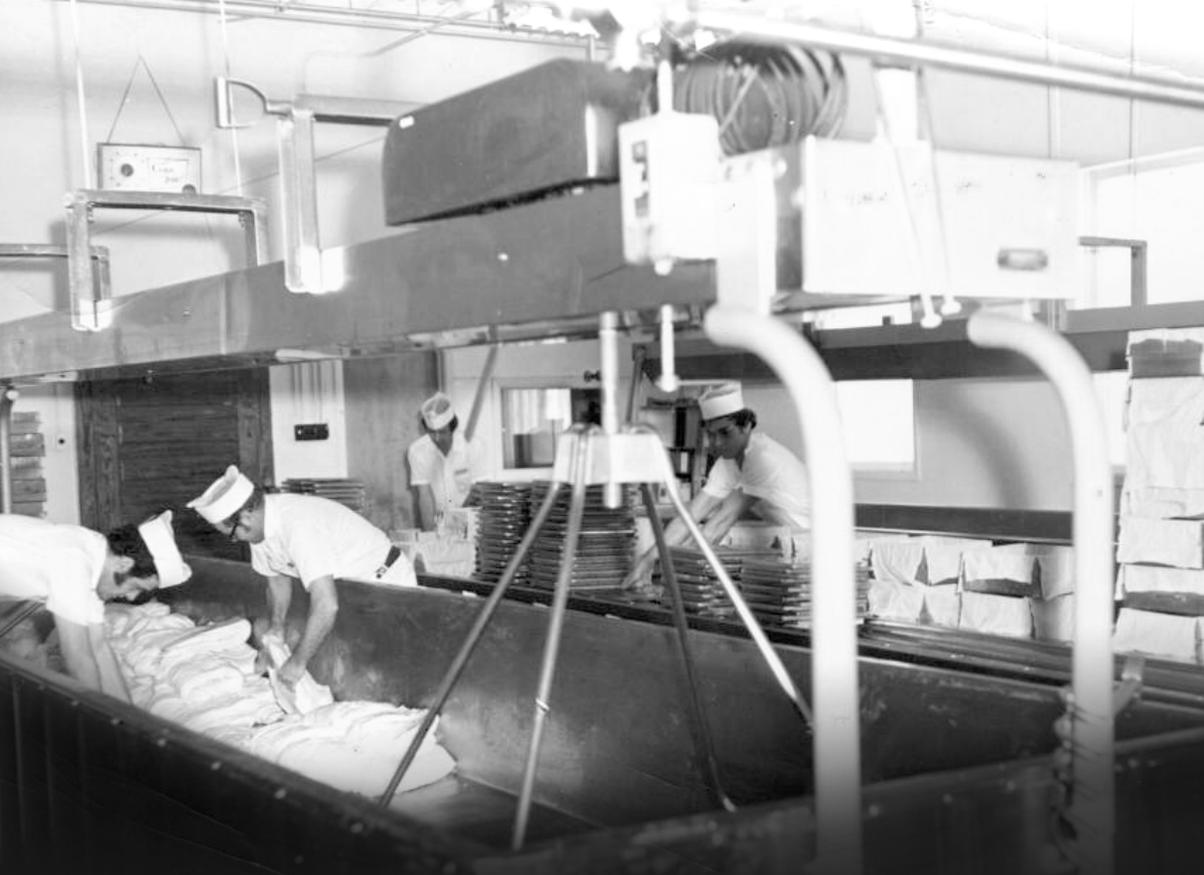
---

L'histoire de la Fromagerie Victoria remonte à 1946, alors que la famille Grenier est propriétaire de cet établissement dans lequel est produit du fromage en grains très prisé par les habitants de Victoriaville. On y trouve également un bar laitier. À l'époque, il s'agit de l'une des plus grandes fromageries au Québec. Deux générations de Grenier se succèdent à la tête de cette entreprise.

Florian Gosselin — le père de l'actuel président Marc-André Gosselin — acquiert la fromagerie en 1988 avec son associée, madame Youville Rousseau. Pendant un an, Florian et son acolyte tiennent la fromagerie en offrant les mêmes produits et services que les Grenier.

« Le rêve de mon père et de Youville était d'avoir un restaurant à l'intérieur de la fromagerie. »





En 1989, les associés réalisent leur rêve et aménagent le premier casse-croûte pourvu d'un bar laitier dans la fromagerie à Victoriaville. Ils gèrent une usine de production assez imposante ainsi que le modeste casse-croûte, qui s'agrandit au fil du temps. Florian et Youville transforment l'usine en une micro-fromagerie. Alors que la taille de l'usine de production diminue, celle du restaurant augmente.

« Les premières années au cours desquelles mon père et Youville ont pris le relais ont été plutôt difficiles. Il y a eu un stress financier qui pesait à certains moments. »

**La micro-fromagerie est toujours opérationnelle.**

« C'est à cet endroit que l'on produit 800-900 kilos de fromage par jour, seulement pour répondre aux besoins de nos deux restaurants à Victoriaville. »

Depuis  
1946

## Tel père, tel fils !

Tout comme son père, Marc-André est un fils unique. « On ne vient pas d'une grande famille. Donc, nos collègues sont devenus comme des membres de la famille ! »

Marc-André œuvre dans la fromagerie dès 1994. Parallèlement à ses études, il s'occupe de servir les clients attablés au bar laitier et au restaurant. « J'ai occupé presque tous les postes ! »

À ses débuts, il n'est pas impliqué dans le volet gestion de l'entreprise, responsabilité assumée par son père Florian et sa partenaire d'affaires Youville. Lorsque Marc-André quitte les bancs de l'école, il travaille à la fromagerie à temps plein. Il endosse notamment le rôle de superviseur dans l'usine et dans le restaurant.

« J'ai appris sur le tas avec mon père ! »

L'entrepreneur en devenir apprend les rudiments de la comptabilité avec Youville. Cette amoureuxse des chiffres est également une figure inspirante au sein de son odyssee entrepreneuriale. « Elle m'a transmis toutes les connaissances qu'elle pouvait en comptabilité. Elle était très patiente, car je n'étais pas un élève facile ! »

C'est en 2009, alors que Youville quitte l'entreprise pour la retraite, que Marc-André prend sa place et travaille dans le bureau qu'elle occupait avec Florian. C'est à partir de ce moment qu'il œuvre en étroite collaboration avec son père.

« Mon père et moi, on a des talents assez similaires. Nous sommes doués pour cultiver les relations avec les membres de l'équipe. »

Le rayonnement professionnel de Florian, qu'il qualifie d'ailleurs de mentor, influence grandement Marc-André. Plusieurs fromagers auxquels il attribue le statut de sommité lui transmettent aussi leur passion pour la fabrication du fromage.

« L'important, c'est d'être en mesure de prendre ce que tu as à prendre. De ne pas être intimidé par le talent des autres. Peut-être que tu n'atteindras pas le même niveau de compétence, mais au moins tu t'amélioreras ! »

Au fil des années, il affûte ses connaissances dans plusieurs domaines et il est fier de mettre la main à la pâte.



Premier restaurant

## Une **transition** tout en douceur

En 2010-11, c'est au tour de Florian de quitter son poste de président pour épouser le statut de retraité. Marc-André succède à son père à la tête de l'entreprise. Ce qui est tout naturel, puisqu'il y travaille depuis son plus jeune âge.

« Quand j'ai pris la relève, personne n'est tombé en bas de sa chaise, personne n'a vu de gros changements, puisque la ligne était la même. »

Marc-André assume donc le rôle de président et toutes les responsabilités qui y sont associées. Il salue le lâcher-prise et la confiance de son paternel, qui n'a jamais fait d'ingérence. La transition se fait donc sans heurts.

« Aussitôt après que j'eus manifesté que j'étais prêt, il m'a passé le flambeau. Pas une seule fois il n'a essayé de me court-circuiter pour prendre une décision ou pour reprendre le pouvoir. »

**Une relève intergénérationnelle qui s'est déroulée dans les règles de l'art.**



Conti  
nuité

# Se retirer dans un fromage

---



En 2015, l'homme d'affaires Nicolas Roux, qui a lancé la chaîne de restaurants Mia Pasta, approche Marc-André et lui propose de démarrer des franchises. « Il avait vendu sa chaîne. » Il voit dans le concept de Fromagerie Victoria un fort potentiel de développement. Nicolas connaît bien l'établissement, puisque ce Victoriavillois en est client depuis un bon moment.

Deux ans avant, en 2013, Marc-André établit sa principale usine de production ainsi qu'un restaurant à Saint-Nicolas, près de Lévis. À l'époque, il chérit le projet d'ouvrir des restaurants corporatifs dans la région de Québec.

« Nicolas affirmait qu'on pourrait croître plus rapidement si on ouvrait des franchises. »

# Fran- chises

Première succursale  
à Victoriaville

Nicolas commence par l'ouverture d'une première franchise à Warwick — ville voisine de Victoriaville — pour tester le concept. Heureusement, l'expérience s'avère positive.

Après mûre réflexion, Marc-André accepte la proposition de démarrer des franchises, notamment parce que ce modèle d'affaires présente plusieurs avantages.

« Le fait d'avoir un franchisé t'enlève la pression de l'embauche. »

Ils décident donc de poursuivre dans cette voie. « On s'est associés. On a démarré une compagnie de franchises parallèlement aux usines. »

De nouveaux restaurants voient le jour de façon concentrique, soit en périphérie de la maison mère à Victoriaville.

# Succès

## S'ancrer en toute subtilité

Marc-André et Nicolas ne font pas de lancement ou d'événement particulier lorsqu'une nouvelle franchise voit le jour.

Bien qu'actuellement, la réputation de Fromagerie Victoria la précède, c'est d'abord le bouche-à-oreille qui fait son œuvre en attirant une clientèle fidèle.

« Les clients conquis en parlent aux membres de leur famille, à leurs amis... Je pense que cela a bâti une clientèle beaucoup plus solide. »

Les associés n'ont pas recours à de grandes campagnes marketing ou à de la publicité télévisuelle. Leur formule est éprouvée, puisque la clientèle des restaurants ne cesse de croître.

**La progression se fait lentement, mais sûrement.**



Christopher Drolet,  
Marco Baril, Nicolas Roux,  
Marikim Dion et  
Marc-André Gosselin



# À l'ancienne

## Un casse-croûte de luxe

---

La poutine est un mets populaire au Québec et plusieurs chaînes de restauration rapide offrent ce plat typiquement québécois. Ce qui distingue la Fromagerie Victoria, c'est qu'elle produit son propre fromage en grains sans utiliser de protéines ni de produits modifiés.

# Ambiance



« **C'est vraiment fait à l'ancienne avec pour seul ingrédient du lait, comme nos grands-parents le faisaient !** »

Ce n'est pas seulement l'excellent fromage en grains qui fait la renommée de Fromagerie Victoria, mais également les plats variés offerts ainsi que l'environnement spacieux où les clients peuvent déguster leur repas en toute quiétude. Tous ces services positionnent la chaîne de restaurants dans une catégorie à part.

La Fromagerie Victoria est lauréate des éditions 2017 et 2020 au réputé gala Maillon d'or orchestré par le Conseil québécois de la franchise dans la catégorie Franchiseur émergent.

« Ce prix a particulièrement fait plaisir à Nicolas, puisqu'il s'agit d'une reconnaissance par nos pairs. »

Une autre distinction digne de mention est que leur fromage cheddar en grains a raflé les honneurs à deux occasions au gala Sélection Caseus.

En 2023, on compte 18 franchises réparties aux quatre coins du Québec ainsi que trois restaurants corporatifs. Marc-André et Nicolas ont comme visée de démarrer plus d'une cinquantaine de franchises.



# Catégorie à part

Panthéon de la performance 2018,  
Chambre de commerce et d'industrie  
Bois-Francis-Érable. De haut en bas : Frédéric Laflamme,  
Vicky Martineau, William Castle, Youville Rousseau,  
Marc-André Gosselin, Florian Gosselin, Manon Roberge,  
Isabelle Hémond, Jonathan Côté, Christopher Drolet,  
Gaby Gagné, Katy Marcotte, Yan Jodoin et Jessica Gentes.



Vision et valeurs...

## Des airs de famille

L'esprit familial, la cohésion d'équipe ainsi que le respect mutuel sont des valeurs fondamentales mises en évidence dans la culture organisationnelle de Fromagerie Victoria.

« On a une équipe solide. On est comme une grande famille. Les gens se voient comme des frères et sœurs plutôt que comme des collègues ! »

Marc-André est un leader positif qui positionne l'humain au centre de ses préoccupations.

« L'idéologie, les valeurs véhiculées par l'entreprise, tout tourne autour de la famille, de l'équipe ! »

# Équipe



L'entrepreneur est fier d'avoir bâti une équipe tissée serrée constituée de personnes compétentes. Le respect et la complémentarité sont le liant entre ses membres, auxquels sont confiées des responsabilités qui vont de pair avec leur talent.

« Le plus grand défi, c'est toujours l'humain ! D'être capable de tenir tout ce monde-là ensemble, de s'assurer de leur respect mutuel et de les encourager à réaliser leur plein potentiel. »

# Tissée serrée



## L'art de fidéliser ses talents

# Collaboration

# &



Marc-André s'allie à des collaborateurs de tous les âges pourvus de différentes habiletés. Il sait reconnaître la compétence chez un individu. Il délègue et donne sa confiance sans craindre d'être déçu.

« Dès que je sais que quelqu'un est meilleur que moi dans quelque chose, je n'ai aucune difficulté à lui donner du pouvoir, à l'écouter et à suivre ses conseils. »

L'entrepreneur propose des parts dans l'actionariat lorsque des employés compétents se présentent à lui, et ce, dans l'optique qu'ils œuvrent et déploient leur talent le plus longtemps possible au sein de Fromagerie Victoria.

# alliances

« Aussitôt qu'une personne démontre un talent ou un grand potentiel, on va lui vendre des parts dans quelque chose. On a plusieurs actionnaires dans l'équipe ! »

**Ce partenariat fidélise les talents en leur permettant de travailler pour leur propre entreprise et de profiter de la plus-value ainsi que de la progression de l'organisation.**



# Rayonnement bienveillant

---



Marc-André et son équipe redonnent au suivant en s'impliquant auprès de différentes associations caritatives qui défendent de nobles causes, notamment le Relais pour la vie, qui amasse des fonds servant à la lutte contre le cancer, ainsi que plusieurs organisations venant en aide aux enfants qui sont aux prises avec des difficultés.

« Les causes en lien avec les enfants sont ma priorité ! »

En 2023, Marc-André et sa femme sont les parrain-marraine d'honneur de l'organisme à but non lucratif Les Amis d'Elliot, qui vient en aide aux enfants malades et polyhandicapés.

« C'est l'une des plus grandes fondations à Victoriaville. Elle a remis un million de dollars à l'hôpital pour la remise à niveau du département de pédiatrie. »

L'entrepreneur n'hésite pas à donner du temps, de l'argent à ces organismes et même... du fromage aux bénévoles lors d'événements spéciaux, et ce, afin d'aider sa communauté.

# Conseils d'entrepreneur

---

Marc-André cultive la croyance selon laquelle la fibre entrepreneuriale est quelque chose d'inné. Donc, que l'on porte en soi.

« Je ne pense pas que ce soit quelque chose qui s'enseigne. »

Les principaux conseils qu'il prodigue sont de se fier à son instinct, d'être capable de prendre et d'assumer des risques, de faire preuve d'introspection, d'avoir l'humilité d'apprendre des autres et de ne pas avoir peur de ses idées, aussi bizarres soient-elles !

« Il n'y a pas de mauvaises idées. Il y a des idées, tout simplement ! »

« La force d'un entrepreneur réside également dans sa capacité à bien s'entourer. C'est avec les gens autour de nous qu'on se dépasse, qu'on s'élève professionnellement. »

# Idées



# En coulisse...

## **Marc-André Gosselin**

**Président-directeur général**  
**Fromagerie Victoria**

Foncièrement généreux, humble et intègre, Marc-André met l'humain au centre de ses priorités. Pourvu de bonnes aptitudes sociales, il est doué pour rallier ses troupes et pour s'entourer de gens fort compétents. Il attribue d'ailleurs le succès de la fromagerie non seulement aux talents diversifiés de son équipe, mais aussi au facteur chance.

« Oui, l'équipe travaille fort. On a du talent dans plusieurs domaines, mais il y a une part de chance. Il y a plusieurs personnes avec beaucoup de talent qui ont voulu démarrer des entreprises et ça n'a pas marché. Parfois, c'est une question de *timing*, d'entourage... »

Doué pour la résolution de problèmes, notamment sur le plan opérationnel, l'entrepreneur est axé sur la recherche de solutions concrètes pour optimiser l'usage de ses équipements.

Père de trois enfants et marié à une femme entrepreneure, son emploi du temps est chargé. La conciliation travail-famille est un défi de taille qu'il relève avec brio.

« Nous sommes des parents occupés, mais les enfants sont la priorité ! »

« Si tu n'as pas le temps de faire des affaires pour tes enfants, c'est un choix. Dans la vie, tu as toujours le choix ! »

Malgré un succès retentissant, Marc-André garde les deux pieds sur terre et il ne s'enorgueillit pas de ses réussites professionnelles. Il se sent privilégié et il exprime de la gratitude pour la vie qu'il mène.



**Entrepreneur**  
**au grand**  
**cœur**



## Nicolas Roux

Associé Fromagerie Victoria

Homme d'affaires visionnaire et audacieux, Nicolas met son expertise au profit de Fromagerie Victoria depuis 2015.

Ses aptitudes professionnelles contribuent à la croissance importante de l'entreprise au cours des dernières années.

C'est à lui qu'incombe la responsabilité d'identifier de judicieux emplacements où établir de nouvelles franchises.

Tout comme son associé, Nicolas est doté de bonnes aptitudes sociales, il est un habile communicateur et est particulièrement doué pour reconnaître de bonnes occasions d'affaires.

« Nicolas relève de grands défis quotidiennement ! »



Développeur  
passionné





*Une esquisse de l'avenir...*

## Un royaume qui se ramifie

Marc-André et Nicolas ont comme objectif de démarrer entre 50 et 60 franchises partout au Québec et éventuellement, d'implanter leur concept dans d'autres provinces, possiblement en Ontario, en Alberta et en Colombie-Britannique, où sont établis plusieurs Québécois.

La dernière phase de leur projet de franchise au Québec consistera à en ouvrir une en sol montréalais, cité densément peuplée où il est plus ardu de bâtir un établissement de 3500-4000 pieds carrés nécessitant plusieurs places de stationnement. L'enjeu du trafic est également à considérer, puisque le fromage en grains frais doit être livré sur une base quotidienne depuis l'usine de Saint-Nicolas.

« Il faudra adapter le concept, que ce soit davantage axé sur le service rapide, la commande au comptoir, moins de places assises à l'intérieur. C'est sur la planche à dessin, mais il y a toute une logistique à laquelle on doit encore réfléchir. »

# Rapidité

## Dans l'assiette des aînés

Un autre projet au sein duquel les dirigeants de Fromagerie Victoria s'investissent est celui de la nouvelle marque Baska. On concocte dans leur cuisine commerciale des mets préparés, des sauces et des viandes destinés aux aînés qui résident notamment dans des centres hospitaliers de soins de longue durée.

« On va se donner les moyens de nos ambitions. On va bâtir une nouvelle cuisine flambant neuve. On va essayer avec la marque Baska d'aller dans les épicereries, dans les institutions. »

# Création

## De nouvelles saveurs

Créer des fromages inédits est aussi une visée pour les années à venir. Les fromagers d'expérience qui œuvrent au sein de la fromagerie se régaleront de cette nouvelle.

« Les fromagers développent plusieurs nouveaux fromages. Ils vont possiblement faire un fromage à raclette bientôt. »

En France comme au Québec, la poutine gagne en popularité... Quel est l'ingrédient le plus important de ce mets québécois ? Selon Marc-André : « C'est le fromage qui fait la poutine ! »





101, rue de l'Aqueduc  
Victoriaville (Québec) G6P 1M2

819 752-6821

[info@fromagerievictoria.com](mailto:info@fromagerievictoria.com)  
[fromagerievictoria.com](http://fromagerievictoria.com)



Direction de l'édition : Audrey Dallaire  
Auteure : Evelyne Bilodeau  
Conception graphique : Liliane Racine  
Révision : Marcelle Racine

© 2023, Memorial Éditions