

stratégies international

Maisons Alouette fait son nid au Royaume-Uni

Expansion. Le fabricant de maisons pré-usinées diversifie ses marchés pour se protéger des cycles dans le secteur de l'habitation.

par François Normand > francois.normand@transcontinental.ca

Performance sur les marchés internationaux

Réussir chez soi est déjà tout un défi. Imaginez le défi quand il s'agit de s'imposer sur un marché étranger, où tout est à faire. Dans cette série, nous vous présentons les stratégies de six entreprises qui réussissent à l'étranger.

6 de 6

Ne pas mettre pas tous ses œufs dans le même panier est la règle d'or pour investir mais aussi pour exporter. Les Maisons Alouette le sait bien : pour réduire l'impact des cycles dans le secteur de l'habitation, l'entreprise vend ses maisons dans plusieurs marchés.

La PME estrienne fabrique des maisons usinées et en panneaux, qui sont assemblées sur le terrain de l'acheteur. Les premières sont constituées de modules qui sont transportés par fardiers sur la route. Celles faites de panneaux sont transportées par bateau pour les marchés à l'extérieur de l'Amérique du Nord.

Pendant trois décennies, l'entreprise de Saint-Alphonse-de-Granby a vendu ses maisons au Canada et aux États-Unis, surtout en Nouvelle-Angleterre. Toutefois, à partir de 2002, la PME a commencé à vendre des maisons outre-mer, surtout au Royaume-Uni, où la demande pour les résidences bien isolées comme au Canada explose. Aujourd'hui, l'entreprise exporte de 40 à 50 % de sa production, distribuée également entre les États-Unis et le Royaume-Uni.



Maisons Alouette a commencé à vendre en 2002 ses maisons au Royaume-Uni, explique Bradley Berneche, président de la PME de Saint-Alphonse-de-Granby [Photo : Gilles Delisle]

Exporter son savoir-faire pour combler un besoin

« Jusqu'en 2002, la maisons ordinaires en Grande-Bretagne n'était même pas isolées », raconte le président de Maisons Alouette, Bradley Berneche. Le Royaume-Uni devient vite une mine d'or pour l'entreprise, dont les maisons vendues en Amérique du Nord sont très bien isolées. La PME profite aussi du

programme *Super E*, une initiative du gouvernement canadien visant à promouvoir les maisons éconénergétiques canadiennes et à faire leur promotion à l'étranger.

Ce nouveau marché permet bien entendu à Maisons Alouette d'augmenter et de diversifier ses revenus. Cette stratégie porte vraiment fruit en 2007-2008, quand le marché immobilier s'effondre aux États-Unis. Les

PROFIL

Nom : Les Maisons Alouette
Activité : Fabrication de maisons pré-usinées et de maisons en panneaux
Chiffre d'affaires : 20 à 30 millions
Marchés : Amérique du Nord et Europe
Année de fondation : 1971
Site Web : www.maisonlouette.com

ventes en Grande-Bretagne permettent ainsi de compenser les pertes du marché américain, confie M. Berneche. « Les astres étaient alignés pour nous. »

Le Royaume-Uni est d'ailleurs le troisième marché d'exportation pour les produits canadiens de l'habitation. La Société canadienne d'hypothèques et de logement estime que les perspectives de croissance y seront encore bonnes au cours des prochaines années.

Les exigences en matière d'efficacité y sont de plus en plus élevées. La pénurie grandissante d'ouvriers qualifiés locaux favorisent les importations de maisons. Et le gouvernement favorise les méthodes canadiennes.

Toujours s'adapter aux marchés

Si Maisons Alouette fait de bonnes affaires au Royaume-Uni, rien n'est acquis pour autant car les normes sont de plus en plus exigeantes. « Notre principal défi est de nous adapter très rapidement pour offrir des produits toujours pertinents », dit M. Berneche. Par exemple, en 2012, les maisons ordinaires en Grande-Bretagne ne devront émettre aucune émission de gaz à effet de serre. Et si Maisons Alouette ne peut pas respecter ses engagements, un autre fabricant prendra sa place. »