

BRUNO JEAN,

VP EST DU CANADA, TAIGA PRODUITS DE BÂTIMENTS

Après 11 ans chez Taiga Produits de bâtiment, Bruno Jean accède à la vice-présidence pour l'est du Canada. L'AQMAT a eu l'opportunité de discuter défis et philosophie de travail avec ce dirigeant de l'entreprise distributrice de produits de construction. Et de filmer le tout sur vidéo, dont voici de larges extraits.

Q Quel est le parcours qui vous a mené jusqu'ici?

R J'ai débuté ma carrière à Rimouski chez MaoMillan Bloedel avec un emploi d'été. Je travaillais dans l'administration. Un poste en ventes s'est ouvert. Frédéric Mariage, qui était à l'époque le grand patron, m'a offert la position. J'ai dû choisir entre les études et le marché du travail. Finalement, j'ai embarqué dans le projet.

J'ai fait deux ans à Rimouski comme courtier, principalement dans le courtage de produits de commodités, bois, contreplaqué. J'ai ensuite été transféré à Québec pour occuper la même position.

Quelques années ont passé avant que je sois transféré à Montréal dans les grands bureaux de la société MaoMillan. Au fil des années, j'ai roulé ma bosse dans l'entreprise.

Q Dans le portefeuille de produits pour l'est du Canada, qu'est-ce que le bois représente aujourd'hui?

R Les produits de commodités en général représentent environ 70% de notre chiffre d'affaires canadien et américain. C'est un gros volume pour nous. D'ailleurs, la compagnie a été fondée par trois courtiers en bois et commodités. Au fil des années, des produits se sont greffés.

Par contre, notre portfolio de produits a changé récemment. Dans les dix dernières années, il y a eu un gros «push» dans les produits à valeur ajoutée: composites, moulures, tout ce qu'on appelle dans le jargon «les produits alliés».

Q Pour Taiga, fondée dans l'Ouest, que représente votre territoire s'étendant des Maritimes à Toronto?

R L'est du Canada (de Toronto jusqu'aux Maritimes, incluant Terre-Neuve) représente environ 40% du chiffre d'affaires de l'organisation.

Q Taiga est une société cotée à la bourse de Toronto depuis 25 ans. Une société qui est réputée pour gérer ses dépenses de façon très serrée. On dit même qu'elle a zéro dette. En quoi cette philosophie de management va influencer votre travail comme nouveau vice-président?

R Nos paramètres de gestion sont effectivement très clairs et nous ont amené du succès au fil des dernières années.

La rotation de nos inventaires, l'utilisation de notre trésorerie, le recouvrement de comptes; tous les paramètres financiers nous aident à demeurer très compétitifs dans le marché qui est très

concurrentiel. Nos coûts d'opération dans tous nos centres de distribution sont aussi très compétitifs.

La solution client pour nous est excessivement importante. On aide à résoudre les problématiques de nos clients, soit sur la livraison, leur gestion d'inventaire. Nous travaillons avec eux comme partenaire.

Q Taiga, au fil des décennies, a travaillé très fort sa structure de distribution, de logistique. Comment faites-vous pour desservir non seulement l'est du Canada, mais tout le continent?

R La logistique et l'optimisation de nos pratiques sont toujours en revue. Le fait de devoir performer de façon concurrentielle nous amène à nous réinventer souvent au niveau de notre façon de livrer la marchandise tout en gardant un service impeccable au niveau de notre clientèle.

Nous distribuons partout au Québec et en Ontario, deux fois par semaine. En 48 heures, les commandes sont livrées. Nos clients sont habitués à ce service-là. Ils savent qu'ils peuvent compter sur nous. Cela les aide à planifier leur approvisionnement ou à combler des commandes de dernière minute.

Nous sommes des spécialistes de la gestion. Nous n'avons pas de flotte de



■ En place depuis décembre, le nouveau vice-président a accepté de se prêter au jeu des caméras de l'AQMAT.

oamions. Par oontre, on travaille avec des gens très sérieux, qui nous assurent un service juste en temps, qui est le barème de l'industrie actuellement.

Q Les gens sont au cœur de votre mission. La place de la santé, et plus particulièrement du sport, vous l'incorporez dans votre management?

R J'ai toujours été un gars très compétitif. J'ai fait du sport toute ma vie. J'aime performer. Il y a 5 ans déjà, j'ai commencé à faire des courses d'endurance, des triatlons communément appelés Ironman et ça m'a amené à un second niveau.

Ça a créé un genre de dévouement chez certains de mes employés. À l'intérieur de l'organisation, il y a maintenant une quinzaine de mes employés qui ont adhéré au mouvement. Nous avons un gymnase au deuxième étage.

Il y a quatre ans, nous avons eu notre premier événement Ironman à Mont-Tremblant. On était quatre. Cette année, on a 18 inscriptions pour la course. C'est au-delà de 60% de notre gang qui participe. Chaque année, les gens améliorent leur temps à la compétition.

C'est devenu pour nous un événement annuel où la famille se rassemble.

Le reste de nos collègues vient nous soutenir. Ça fait vraiment un teambuilding très solide. Je suis très fier de ce que l'équipe accomplit comme résultats. Ce sont des passionnés, dans le sport, dans leur travail. Ça amène le niveau d'énergie au second niveau.


Depuis maintenant quelques années, l'idée s'est développée à travers le pays. Il y a un mouvement canadien qui s'installe dans la teneur sportive dans nos opérations canadiennes.

R Le niveau d'énergie auquel vous référez a-t-il un impact sur la rétention du personnel et le recrutement de nouveaux employés?

Q La moyenne d'années de service est environ 15 ans. Dans les 10 dernières années, on a eu un départ seulement. Plusieurs additions, quelques départs à la retraite, mais jamais personne qui est parti pour dire qu'il n'était pas heureux de l'environnement de travail, de la gestion de notre organisation qui apporte les gens à se dépasser, à s'accomplir surtout. Pour nous, c'est ce qui est le plus important. Les gens qui s'accomplissent personnellement vont définitivement donner à l'entreprise un rendement supérieur.

«Le capital humain est le moteur de nos entreprises. Pour optimiser la performance de tous, il faut que les gens se sentent bien dans leur environnement de travail. Qu'ils puissent s'épanouir, qu'ils aient des objectifs. Tout ça dans le contexte d'équipe, qui pour moi, est la clé du succès. On gagne ensemble dans ce business-là.»



À VOIR 
Vidéo sur la chaîne AQMAT



■ Impossible de faire le tour du propriétaire sans visiter le gymnase aménagé à l'étage de l'entreprise! Richard Darveau, président et chef de la direction de l'AQMAT, aurait aimé avoir apporté ses souliers de sport!

taiga
produits de bâtiment
building products

en rafale

Fondée en **1973**
par un groupe
d'entrepreneurs
forestiers

Passée d'un simple bureau de vente embauchant une douzaine de représentants à plus de **400 employés** dont près de 40 au Québec

Taiga possède

- 15** centres de distribution au Canada
- 2** centres de distribution dans le nord de la Californie
- 6** centres de réexpédition dans l'est des États-Unis



Produit du bois traité dans trois usines canadiennes



Exporte vers les marchés **d'Asie d'Amérique du Sud et du Moyen Orient**