


LAURÉAT DES LAURIERS DE LA PME 2018


# TOWNSITE BREWING



Cédric Dauchot

TYPE D'ENTREPRISE :	Entreprise de transformation
PROPRIÉTAIRES :	Cédric Dauchot, Chloé Bryana Smith et Michelle Zutz
VILLE, PROVINCE/TERRITOIRE :	Powell River, Colombie-Britannique

 [www.townsitebrewing.com](http://www.townsitebrewing.com)

 @townsitebrewing

## À VOUS DE LES DÉCOUVRIR !

*Partout au Canada, des entrepreneurs francophones font preuve d'innovation pour développer leur entreprise. Sélectionnés comme candidats des Lauriers de la PME 2018 pour représenter leur région, ces gens passionnés ont un impact positif dans leur communauté !*

## L'ENTREPRISE ET SON HISTORIQUE

Après avoir travaillé pour des brasseries en Europe et en Amérique du Nord, Cédric Dauchot et Chloé Bryana Smith souhaitent démarrer leur propre microbrasserie hors des centres urbains, au Canada. Ils reçoivent alors une proposition d'un investisseur de Powell River, une petite communauté de la Colombie-Britannique, et leur aventure commence. Le 1<sup>er</sup> avril 2012, Townsite Brewing ouvre officiellement ses portes et ses bières gagnent rapidement en popularité à travers toute la Sunshine Coast. Pour suivre la cadence, l'équipe s'agrandit et Michelle Zutz se joint à eux en tant que responsable des ventes.

La brasserie offre une trentaine de bières de style belge traditionnelles variant selon les saisons, dont plusieurs ont été récompensées lors de concours.

Pour Townsite Brewing, il est important d'intégrer la composante locale dans leurs produits et leurs activités. C'est pourquoi plusieurs bières sont nommées en fonction de lieux ou de vocabulaire provenant de la région. L'entreprise participe aussi à plusieurs événements caritatifs pour redonner à la communauté de Powell River, qui lui a permis de prospérer.

## QUI SONT-ILS ?

### À VOUS DE LES DÉCOUVRIR !



## LE FRANÇAIS, LANGUE D'AFFAIRES

Pour Cédric Dauchot, propriétaire de Townsite Brewing, le français représente un plus pour son entreprise : « Pouvoir accueillir les touristes francophones en français, c'est agréable pour eux et c'est aussi un point de départ pour une discussion. Les gens sont curieux : pourquoi est-ce qu'on parle français ? Ça nous différencie des autres brasseries. »

Même l'économusée attenant à la brasserie offre des panneaux d'informations bilingues, et quatre des employés sont bilingues. Townsite Brewing fait aussi partie du **Corridor patrimonial, culturel et touristique francophone** ([corridorcanada.ca](http://corridorcanada.ca)), site web qui répertorie une foule de produits touristiques offrant des services en français au Canada.

Être francophone leur permet aussi de faire affaire avec des fournisseurs québécois, qui offrent certains produits spécifiques difficiles à trouver sur la côte ouest, notamment des bouteilles de style européen.



## INNOVATION ET ENTREPRENEURIAT FRANCOPHONE

« Il y a tellement de brasseries maintenant en Colombie-Britannique. On essaie donc de se différencier des autres brasseries en innovant, soit au niveau des techniques, soit au niveau des matières premières », explique M. Dauchot.

Ce besoin d'innover relève aussi d'un autre défi, celui de l'isolement. Pour diminuer ses coûts de production, Townsite Brewing se tourne vers des entreprises locales pour ses matières premières. Une de leur idée originale est de faire affaires avec un chasseur-cueilleur pour trouver des produits de la forêt intéressants à ajouter à leurs bières.

M. Dauchot souligne aussi le rôle de l'économusée dans leur stratégie d'innovation. Celui-ci leur permet de se distinguer des autres brasseries, qui se concentrent surtout sur la production, et de profiter de l'intérêt touristique croissant pour Powell River.



## VERS D'AUTRES SUCCÈS !

Pour la suite, Townsite Brewing souhaite s'assurer du contrôle de la qualité avant de se consacrer à sa croissance. La brasserie prévoit aussi améliorer sa salle de dégustation et construire une belle terrasse extérieure pour attirer les touristes l'été. Pour les bières, de nouveaux ingrédients seront testés, promet M. Dauchot.

Les conseils des micro-brasseurs aux futurs entrepreneurs : « Quand on a une idée viable, il faut se lancer ! Il y a aussi des opportunités d'affaires pour des entreprises francophones à l'extérieur du Québec. Et ça marche, d'intégrer le français petit à petit. »