

tendances petites et créatives

« De la bonne grosse bouffe de qualité ! »

Le Naked Lunch. Avec ses boîtes de conserve riches en sodium, Dominic Lamontagne navigue à contre-courant des tendances.

par Dominique Froment > dominique.froment@transcontinental.ca

Il mesure 6 pieds et 5 pouces, n'a jamais fréquenté l'école primaire et promet que son fils ne la fréquentera pas non plus. Il fulmine lorsqu'on lui parle du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (MAPAQ). Il produit une bouffe de bûcheron, vendue dans une boîte de conserve sans étiquette sous une marque de commerce en anglais. Et il refuse l'expression « produit du terroir ». Décidément, Dominic Lamontagne navigue à contre-courant des tendances !

Le produit. « De la bouffe cochonne, le souper du samedi entre amis », explique M. Lamontagne. De la viande fumée de canard qui contient 50 % de la portion quotidienne de cholestérol et 63 % de

« Plus le produit est haut de gamme, moins on fait de profit. Si on veut faire de l'argent, il vaut mieux vendre de la poutine que du magret de canard. »

— Dominic Lamontagne

la portion de sel pour la moitié d'une boîte de 530 grammes (18,95 \$), une choucroute alsacienne à peine plus légère (12,95 \$), un tajine de légumes aux olives et à l'agneau (14,95 \$) et une soupe thaïlandaise au poulet (9,95 \$). Tout ça dans des boîtes de métal nues, d'où le nom de la PME.



Dominic Lamontagne aimerait éventuellement transformer son entreprise en coopérative destinée aux petits producteurs de conserves. [Photo : Gilles Delisle]

La seule concession du Naked Lunch aux tendances est la rapidité de la préparation : il suffit de plonger la boîte de conserve fermée dans l'eau bouillante pendant 5 à 10 minutes, et le tour est joué.

L'idée. Amélie Dion, son copain Dominic Lamontagne et leur ami Denis Noël vivent ensemble dans un loft du quartier latin de Montréal. Et ils aiment cuisiner pour les amis. M. Noël part travailler

(PROFIL)

Noms : Dominic Lamontagne, Amélie Dion et Denis Noël
Âge : 33 ans
Fonction : Actionnaires à parts égales
Entreprise : Gastronomie Le Naked Lunch

Un couple et leur ami tentent de rentabiliser leur passion pour la bonne grosse bouffe de bûcheron.

ludique quand il devient une nécessité. Mais là n'est pas la question !

En 2003, le couple Dion-Lamontagne obtient son permis du MAPAQ et crée Le Naked Lunch. Le couple commence à vendre à des amis les calmars farcis, foies gras, choucroutes alsaciennes et autres produits cuisinés à la maison, jouant un peu le rôle de « pushers de gastronomie », dit M. Lamontagne.

En 2005, le couple ouvre un bistro à Verdun et découvre les vertus de la conserve. « C'est comme l'emballage sous vide, mais sans besoin de congeler. » Les jeunes entrepreneurs achètent une sertisseuse (appareil pour fermer la boîte de métal), et c'est parti !

à l'étranger et le couple a l'idée de transformer son plaisir en gagne-pain. Ce qui est illusoire, dit M. Lamontagne, un plaisir perdant son côté



Il suffit de plonger la boîte de conserve fermée dans l'eau bouillante pendant 5 à 10 minutes, et le tour est joué.

[Photo : Gilles Delisle]

Des inspecteurs alimentaires tâtilons

Salubrité. Le MAPAQ refuse de mettre ses exigences sur papier, dit M. Lamontagne.

Occupé à livrer ses commandes, Dominic Lamontagne voit les inspecteurs du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ) débarquer dans ses cuisines en décembre 2007 pour saisir 2 000 boîtes de conserve et ordonner un rappel.

Le journal *Le Messager de Verdun* publie le rappel en première page. Le Naked Lunch mettra six mois à s'en remettre.

« Le MAPAQ refuse d'indiquer ses exigences sur papier; tu te débrouilles comme tu peux et après ils viennent t'inspecter », dit M. Lamontagne, à ne pas inviter dans une activité sociale avec des représentants du MAPAQ.

En janvier 2009, épuisé par les nombreuses heures de travail et toujours aussi pauvre, le couple vend son bistro

à ses employés et déménage à Sainte-Sophie, au nord de Montréal.

Le Naked Lunch commence alors à vendre dans des épiceries fines et réduit sa gamme de produits de 12 à 4.

Pour ne pas avoir se procurer le coûteux permis de vente en gros, Le Naked Lunch vend en consigne, c'est-à-dire qu'il n'est payé qu'après l'achat du produit par le consommateur.

Le financement. L'économie allait bien, en 2003, et la Banque CIBC a ouvert ses goussets en offrant une marge de crédit de 100 000 \$ aux jeunes entrepreneurs, qui se sont contentés de 50 000 \$ pour ne pas trop s'endetter.

Ça se passe comme prévu ? Absolument pas ! Le prix de revient est élevé en alimen-

tation et les fournisseurs ne font pas crédit parce que les produits sont périssables. « Ça ne donne pas beaucoup de marge de manœuvre », constate M. Lamontagne.

C'est comment, la vie d'homme d'affaires ? « Tout commence par une passion. Mais tu t'aperçois que pour pouvoir vivre de ta passion, tu dois faire des compromis. Or, j'ai de la difficulté à en faire, je ne suis pas certain d'être un homme d'affaires. »

Où se voit-il dans cinq ans ? S'il n'en tient qu'à M. Lamontagne, sa petite entreprise Le Naked Lunch aura été transformée en... œuvre humanitaire !

« J'aimerais transformer mon entreprise en coopérative pour les petits producteurs de conserves qui loueraient nos équipements.

« La conserve représente un moyen génial pour exporter les produits de nos petits producteurs locaux partout dans le monde. »