

lapresseaffaires.**cyberpresse.ca**

Ludik Designer Confiseur: quand le succès a bon goût

Publié le 10 janvier 2011 à 06h41 | Mis à jour le 10 janvier 2011 à 06h41



Photo Stéphane Champagne, collaboration spéciale

Ludik Designer Confiseur est connu pour ses brochettes et ses cornets de bonbons vendus sous la marque Marie et Franky. Ci-dessus, le couple à la tête de l'entreprise, Marie-Ève Gladu et François St-Laurent.



[Stéphane Champagne](#), collaboration spéciale

La Presse

(Montréal) Être initié à l'entrepreneuriat en bas âge peut parfois mener très loin. Parlez-en à Marie-Ève Gladu qui, avec son conjoint François St-Laurent, est à la tête de Ludik Designer Confiseur. Cette PME de 35 employés vend des bonbons à valeur ajoutée aux quatre coins du Canada et prépare maintenant son entrée aux États-Unis.

Les deux jeunes entrepreneurs doivent cependant mettre en veilleuse leur conquête américaine, car ils viennent de s'engager à fabriquer des bonbons en marque privée pour une bannière pancanadienne dont ils préfèrent taire le nom pour le moment.

Cet intermède est toutefois un mal pour un bien. La PME fondée en 2006 est en effet à l'étroit dans ses installations de 7000 pieds carrés à Marieville. Cela pourrait devenir problématique si les ventes venaient à exploser au sud de la frontière. C'est pourquoi l'entreprise est sur le point de mettre la main sur un terrain de 100 000 pieds carrés, où elle prévoit à très court terme construire une usine de 14 000 pieds carrés. Un investissement qui oscillera entre 1,2 et 1,5 million.

Ludik Designer Confiseur est connu pour ses brochettes et ses cornets de bonbons vendus sous la marque Marie

et Franky. En moins de quatre ans, Marie-Ève Gladu et François St-Laurent ont créé une véritable révolution dans le monde de la confiserie. Ils ont carrément réinventé le look et la qualité des brochettes et des cornets de bonbons, lesquels se vendent de 2\$ à 5\$ pièce.

De la mode aux bonbons

«Nous misons sur la fraîcheur, la qualité et la présentation du produit. Et ça marche tellement bien que tous nos concurrents ont essayé de nous imiter en mettant sur le marché des copies bas de gamme qui n'ont pas fonctionné. Même notre site web se fait copier», affirme Marie-Ève Gladu. Cette designer de mode et d'intérieur a mis ses talents en esthétique au profit des amateurs de bonbons.

Les produits moyen et haut de gamme de la PME sont distribués au Canada dans près de 1200 points de vente. Marie-Ève Gladu et François St-Laurent prévoient ajouter 300 nouveaux points de vente à leur palmarès dans les mois à venir, après avoir participé à trois foires commerciales à Edmonton, Montréal et Toronto.

Leur secret: avoir su créer une gamme de produits nichés qui peut être vendue non seulement dans les confiseries, mais également dans les librairies, les boutiques cadeaux, chez les fleuristes, bref, partout où les consommateurs veulent faire ou se faire plaisir de façon compulsive.

Outre ses projets d'agrandissement, la PME à capital fermé, dont les ventes se situent entre 1 et 5 millions de dollars, veut poursuivre sa croissance au moyen d'acquisitions. Déjà, en 2008, elle a acheté Bonbons Choppy, distributeur de bonbons situé à Saint-Césaire. Ludik Designer Confiseur veut maintenant mettre la main sur un fabricant de friandises.

Pour l'heure, l'entreprise tire 50% de ses revenus de ses brochettes et de ses cornets, lesquels sont fabriqués à partir de bonbons importés principalement des États-Unis et d'Europe occidentale. Les autres revenus de la PME proviennent principalement de la distribution de bonbons, notamment des produits américains de marque Jelly Belly.

De nombreux projets

Ce ne sont pas les idées qui manquent à Marie-Ève Gladu et François St-Laurent. «Nous avons tellement de projets en tête. Nous prévoyons lancer de nouveaux produits d'ici peu. Nous aimerions évidemment que les choses aillent plus vite, mais la logique doit prendre le dessus sur la passion», indique Marie-Ève Gladu, 30 ans.

Mme Gladu a été initiée au monde des affaires en très bas âge. À 13 ans, elle s'occupait de la boutique de cadeaux dans l'érablière que ses parents exploitaient au pied du mont Saint-Grégoire. À 19 ans, François St-Laurent est devenu son amoureux, et les tourtereaux ont uni leurs efforts. Ils ont ainsi quintuplé les activités de la boutique de cadeaux, tout en jouant les organisateurs d'événements (spectacles, soirées dansantes, etc.) à l'érablière familiale.

Puis, en 2005, les deux jeunes entrepreneurs ont eu une idée de génie en misant sur la mise en marché de bonbons à valeur ajoutée, c'est-à-dire les brochettes et les cornets de bonbons. Ils ont testé leurs produits à la boutique qu'ils administraient. Le succès a été instantané.

En 2006, ils ont fait le grand saut. «La première journée où je suis parti avec ma petite valise remplie d'échantillons, je suis revenu à la maison avec 3000\$ de commandes. Ça commençait bien», raconte François St-Laurent, 33 ans, électromécanicien de formation.

Depuis, Ludik Designer Confiseur a connu une croissance variant entre 125% et 300% selon les années. Et ce n'est pas demain que les choses devraient s'arrêter. Non seulement Marie-Ève Gladu et François St-Laurent veulent-ils percer le marché américain, mais ils souhaitent également y ouvrir des installations afin de devenir une référence nord-américaine en matière de bonbons à valeur ajoutée.



Partager



0

© 2000-2011 Cyberpresse inc., une filiale de Gesca. Tous droits réservés.