

UN GOÛT DE SUCCÈS



Donald Poole, président de Essences Bonnie & Don Flavours Inc.

Obtenir une reconnaissance internationale pour son système de gestion de la sécurité des denrées alimentaires est une grande réalisation pour une petite entreprise. Cette année, Essences Bonnie & Don Flavours Inc., établie à Mississauga, a été l'une des premières entreprises nord-américaines à obtenir la certification selon ISO 22000:2005.

« Nous avons travaillé dur pour obtenir une telle approbation. En fin de compte, on gagne vraiment la confiance des clients et une énorme crédibilité. Notre système de gestion de la sécurité des denrées alimentaires peut désormais passer avec succès n'importe quelle vérification », affirme Donald Poole, président de l'entreprise, qui fabrique diverses essences utilisées dans une variété d'aliments, allant des jus à la crème glacée.

La norme ISO 22000:2005 est conçue pour aider les entreprises à intégrer les principes mondialement reconnus de l'analyse des risques et de la maîtrise des points critiques (HACCP) avec la rigueur et les contrôles définis par les normes de management de la qualité ISO.

L'entreprise a collaboré étroitement avec BDC Consultation pour mettre en place le système de gestion de l'innocuité des aliments. L'entreprise a aussi dû prouver qu'elle se conformait aux lois et aux règlements applicables en matière de salubrité des aliments et faire enregistrer le système auprès d'un tiers reconnu.

« BDC a été un excellent partenaire pour nous, et elle a fourni un chef de projet expérimenté qui a pris le projet en main. Nous avons travaillé très fort, mais cela valait la peine », de préciser M. Poole.

Aujourd'hui, Bonnie & Don Flavours Inc. commence certes à récolter les fruits de son labeur, car l'entreprise a connu une hausse de 52 pour cent de ses ventes. M. Poole attribue une partie de ce succès au fait que l'entreprise accorde une grande importance à la qualité et au service à la clientèle.

« Pour vous démarquer, vous devez donner à vos clients une raison de faire affaire avec vous. Si le client souhaite obtenir un produit le lendemain, vous trouvez un moyen de le satisfaire », conclut-il. ■

Article reproduit avec l'autorisation de la Banque de développement du Canada, extrait du numéro de printemps 2006 de Profit\$ (www.bdc.ca)

