



Réussites canadiennes de commerce international 11-06
Domaine Pinnacle Inc.

Une entreprise québécoise au pinacle du succès

Coordonnées de l'entreprise

Domaine Pinnacle Inc.

Charles Crawford, Président

Frelighsburg, Québec

Tél.: (450) 298-1222

Courriel: charles@domainepinnacle.com

www.icecider.com

Principale citation

Mais n'allez pas croire que l'entrepreneur a pour autant cessé de rêver plus grand. « Nous continuons de développer nos marchés internationaux, dit M. Charles Crawford. Nous sommes présents dans près de 20 pays et nous continuons d'en ajouter d'autres. »

Histoire détaillée

Charles Crawford et le reste de l'équipe du Domaine Pinnacle savent ce que c'est que de rêver grand. Un verger et une cidrerie appartenant à la famille, le Domaine Pinnacle, est le premier producteur au monde de cidre de glace (ou de vin de pomme de glace, comme on l'appelle à l'étranger). Il est difficile de croire que cette entreprise aussi prospère ait des racines aussi modestes.

La cidrerie a débuté en 2000 sous la forme d'un projet à temps partiel à Montréal, au Québec. Mais M. Crawford, président de l'entreprise, nourrissait de grands espoirs pour cette entreprise naissante. À peine deux ans après l'ouverture de la cidrerie, qu'il avait construite avec sa famille, il a déménagé Domaine Pinnacle vers des pâturages plus verts, en Estrie. « La cidrerie a débuté très lentement, dit-il, mais en 2002... nous avons décidé de faire le saut et nous avons transporté sans aucune réserve, pieds et mains liés, tout le bazar à la campagne. Grâce à cette installation, nous sommes passés d'un petit terrain à Montréal à un

Pour plus d'information sur cette réussite canadienne, communiquez avec le Service des relations avec les médias (Commerce)

Tél. : (613) 996-2000

Télec. : (613) 996-9276

www.international.gc.ca

verger de 430 acres, incluant une cidrerie, une boutique de vente au détail ... et quelques milliers de pommiers.

Une fois installé dans sa nouvelle demeure, M. Crawford a commencé à dresser des plans pour étendre ses activités à l'extérieur du Canada. « Dès le début, cela faisait partie du plan d'affaires original, explique-t-il. Nous pensions que le cidre de glace avait un potentiel international; nous avons donc décidé de nous lancer dans cette aventure. » M. Crawford savait que le cidre de glace était en grande partie un phénomène local, produit principalement au Québec, et qu'il n'avait pas encore fait sa marque à l'extérieur. « Nous voulions être les premiers à percer sur la scène internationale », ajoute-t-il.

Domaine Pinnacle a connu du succès sur le marché international presque instantanément. M. Crawford attribue ce succès en grande partie au travail de défrichage que lui et son équipe ont fait avant de lancer leur produit à l'étranger. « Il faut d'abord faire ses devoirs et trouver les bonnes personnes avec qui travailler », déclare M. Crawford.

Parmi les démarches qu'il a faites, M. Crawford a rencontré les représentants d'Affaires étrangères et Commerce international Canada pour tirer profit de leur connaissance du marché et du monde des affaires international. « Nous avons déjà rencontré d'autres personnes du ministère à des conférences, se souvient-il. J'ai ensuite rencontré personnellement quelques personnes qui m'avaient fait des suggestions. »

M. Crawford a aussi consacré du temps à chercher des partenaires éventuels – pour son plus grand bonheur. En 2003, Domaine Pinnacle s'est associé à Camus La Grande Marque, le plus grand fabricant familial de cognacs fins au monde. Camus a ajouté le cidre de glace Domaine Pinnacle à la liste de ses produits vendus dans le monde entier.

Maintenant, trois ans plus tard, il est clair que le dur labeur de M. Crawford a porté fruit. Depuis que Domaine Pinnacle s'est associée à Camus, ses affaires internationales ont quintuplé, et la marque Pinnacle est devenue un nom familier. En 2005, Korean Air a commencé à vendre le cidre de glace du Domaine Pinnacle à bord de ses avions.

Mais n'allez pas croire que l'entrepreneur a pour autant cessé de rêver plus grand. « Nous continuons de développer nos marchés internationaux, dit-il. Nous sommes présents dans près de 20 pays et nous continuons d'en ajouter d'autres. »