

RÉCIPIENDAIRE D'UNE GRANDE MENTION

Catégorie PME manufacturière indépendante

H. FONTAINE LTÉE

Président

André Fontaine

Directeur Qualité – amélioration

Stéphane Gagné

819 843-3413, poste 2245

PROFIL

Fondée par Henri Fontaine dans les années 1960 à Magog, les entreprises Fontaine ont d'abord fabriqué des systèmes de pompage pour les agriculteurs. Puis, dans les années 1980, la création d'une première vanne murale a permis de répondre aux besoins des villes. André Fontaine, le fils du fondateur, et une équipe de professionnels dynamiques ont ensuite assuré le développement de la compagnie au Canada et à travers le monde.

Fontaine possède une structure organisationnelle à trois niveaux et emploie 160 personnes. Fontaine-Alliance inc. est la compagnie mère et prend en charge l'aspect gestion. H. Fontaine Ltée exécute les activités de conception et de fabrication, alors que Corporation Fontaine International est responsable des processus de ventes et de distribution ainsi que des filiales à l'étranger, notamment en France, aux États-Unis, en Irlande, en Angleterre et au Brésil.

Fontaine conçoit, fabrique et distribue aux municipalités du monde entier des vannes murales en acier inoxydable sur mesure destinées au contrôle des débits et de la distribution de l'eau. Leur niveau d'étanchéité supérieur aux produits des concurrents assure une protection contre les substances polluantes des effluents industriels et municipaux, ce qui permet un meilleur contrôle des réserves d'eau potable.

Fontaine est fière de son personnel dont l'expertise dans la transformation de l'acier inoxydable est unique. Celui-ci a su faire preuve d'une grande capacité d'innovation

en lançant sur le marché de nouveaux produits qui sont devenus la référence dans le secteur. La qualité des produits offerts par Fontaine ainsi que la conception sur mesure et la qualité de son service à la clientèle lui ont déjà valu plusieurs distinctions.

MISSION

L'équipe Fontaine offre des solutions intégrées qui répondent aux besoins spécifiques de ses clients et de ses partenaires en ce qui a trait à la conception et à la fabrication des vannes murales et des équipements de contrôle des eaux.

HISTORIQUE QUALITÉ

La qualité a toujours été au cœur des préoccupations de l'entreprise qui œuvre dans un secteur lié à la santé des populations et qui doit, par ailleurs, répondre à des exigences précises de ses clients. Ses démarches qualité ont été marquées par les étapes suivantes :

- adaptation aux exigences de la norme CSA Z299 dans les années 1990;
- enregistrement à la norme ISO 9001:1994 en 1997 et renouvelée en 2000;
- obtention de la marque NSF destinée aux produits approuvés pour l'eau potable en 1997;
- élaboration d'une politique qualité en 2000;
- accréditation ISO 9001:2000 en 2001;
- adaptation aux exigences qualité des clients européens en 2002 et 2003;

- adaptation aux exigences européennes concernant le marquage CE et ATEX entre 2003 et 2005;
- obtention de la certification à l'eau potable pour la France en 2004;
- lancement de la Démarche durable d'amélioration continue en 2006.

Caractérisées par la recherche de la performance de 2003 à 2005, les démarches de l'entreprise se sont ensuite concentrées sur l'amélioration continue en 2006 et en 2007. L'innovation est désormais le leitmotiv de ses efforts.

PRINCIPALES FORCES

Fontaine se démarque grâce aux forces suivantes :

- la participation de tout le personnel au processus de planification stratégique déployé en trois niveaux;
- l'utilisation depuis dix ans de plusieurs approches qualité reconnues : audits d'accréditation ISO, évaluation QUALImètre depuis sept ans, Lean Six Sigma, Kaizen, etc.;
- la formation de 160 employés aux outils de base de l'amélioration continue et la formation de tout le personnel au concept de l'entreprise à valeur ajoutée;
- des ententes de partenariat à long terme avec d'importants joueurs internationaux;
- la cohérence de la planification, des études clients et des opérations;
- une politique de recrutement pour attirer, conserver et mobiliser une main-d'œuvre qualifiée;
- une gestion des ressources humaines qui appuie les orientations stratégiques;
- la gestion des relations clients-fournisseurs internes par des équipes multidisciplinaires;
- une croissance des ventes de 45,5 % entre 2004 et 2006;
- un rendement sur le capital investi qui est passé de 1 % en 2004 à 36,5 % en 2006;
- des ratios de productivité en croissance continue.