

## Production de caviar: une entreprise de Saint-Jean prend en main les esturgeons de Charlo

Par Jean-François Boisvert vendredi 14 octobre 2016



La compagnie Acadian Caviar entend reprendre les 16 000 esturgeons à museau court de l'écloserie de Charlo afin de bonifier sa production de caviar. - Gracieuseté

Les esturgeons situés à l'écloserie de Charlo ne seront pas euthanasiés. Une compagnie de Saint-Jean, Acadian Sturgeon and Caviar, confirme en effet la reprise des poissons et la poursuite des opérations dans les installations du nord de la province.

En début d'année, des ennuis financiers ont acculé à la faillite la compagnie Breviro Caviar de Saint-Jean. C'est cette dernière qui avait eu l'idée d'utiliser les infrastructures de l'écloserie de Charlo pour faire croître les esturgeons jusqu'à pouvoir en tirer un caviar de qualité. Cela dit, après quelques années d'exploitation, les chiffres n'étaient tout simplement pas au rendez-vous. Ces déboires ont du coup jeté un doute sur l'avenir des quelque 16 000 esturgeons à museau court de Charlo.

Lorsqu'il a appris la faillite de Breviro, Cornell Ceapa, président fondateur de la compagnie rivale, Acadian Sturgeons and Caviar, a vu une opportunité d'affaire incroyable se présenter sous ses yeux. Il trouvait en effet attrayant de mettre la main sur une quantité appréciable d'esturgeons déjà en processus de croissance, l'espèce pouvant mettre jusqu'à dix ans avant d'atteindre la maturité nécessaire. «C'est une opportunité d'affaires exceptionnelle oui, mais surtout une opportunité de sauver ces poissons», explique l'homme d'affaires, soulignant s'y être pris trop tard pour sauver quelques milliers d'autres poissons euthanasiés plutôt cette année par Breviro. «Nous avons tout simplement manqué notre coup à ce moment. J'aurais aimé les sauver également, mais le timing était mauvais. Cette fois, j'ai vu l'opportunité et je l'ai saisie», dit-il, croyant que ce rachat – qui sera officialisé à la fin du mois – consolidera son entreprise et, par le fait même, l'industrie du caviar au Nouveau-Brunswick.

S'il qualifie le rachat des poissons d'opportunité, M. Ceapa admet que l'aventure n'est pas sans risque. «Car ça coûte très cher de les garder en vie. La nourriture, l'électricité, la main d'oeuvre... Cultiver des

esturgeons peut prendre des années. Et c'est souvent lors de cette attente que la majorité des entreprises connaissent des difficultés monétaires. Au départ, il y a beaucoup de dépense et peu de revenus. Ce qui est bien avec les spécimens de Charlo, c'est qu'on y retrouve déjà des esturgeons d'un certain âge, prêts pour la production», explique le spécialiste.

Puisque l'entreprise ne possède pas de station de transformation à Charlo, elle doit transporter les esturgeons «prêts pour le caviar» à ses installations de Saint-Jean ou de Carters Point. «J'y ai déjà transporté 66 femelles de l'écloserie de Charlo afin de les préparer à faire du caviar. Mais l'idée ce n'est pas de vider l'écloserie et de partir. On veut s'en servir pour faire croître les jeunes poissons. J'y ai même apporté quelques bébés esturgeons. Je compte toujours utiliser nos installations à Saint-Jean, mais Charlo fait également partie de nos plans à long terme. C'est bon de ne pas mettre tous nos œufs dans le même panier» dit-il en riant.

## **Une niche**

La production de caviar d'esturgeons est un champ d'expertise très peu exploité au pays. Il n'existe en fait que deux producteurs au Canada, l'un en Colombie-Britannique, l'autre ici au Nouveau-Brunswick (deux jusqu'à tout récemment).

M. Ceapa en connaît un chapitre sur l'esturgeon et son élevage, ayant passé les 25 dernières années dans ce domaine. «Tous les esturgeons sont rares, mais celui à museau court l'est encore davantage. Et chaque espèce produit un caviar au goût différent», raconte-t-il.

« Le caviar est en voie de revenir très populaire. Ce n'est plus un produit associé uniquement aux riches. Je ne vois pas cela comme un produit de luxe, mais plutôt comme un produit gourmet, quelque chose que l'on achète pour se gâter. On ne se débouche pas une boîte tous les jours, mais pour une occasion spéciale, pour découvrir. Car les gens sont de plus en plus curieux au niveau culinaire. Ils recherchent les expériences, et pas uniquement manger pour se remplir le ventre», croit M. Ceapa.

## **Campagne**

Mais ce n'est pas tout de faire du caviar, il faut surtout réussir à écouler sa production. En ce sens, M. Ceapa estime que les deux prochaines années seront cruciales pour sa filiale du nord. «Et c'est justement pourquoi je me trouve à Londres en ce moment. On fait goûter le produit (car nous avons fait quelques échantillons de caviar d'esturgeons à museaux courts) à des clients potentiels. Nous testons le marché», indique-t-il.

La compagnie se tourne également vers le grand public par l'entremise d'un projet de sociofinancement (crowdfunding) utilisant la plateforme Kickstarter. L'objectif est d'amasser un montant de 50 000\$. Amasser est toutefois un gros mot puisque dans les faits, il serait plus juste de parler de ventes puisque la compagnie propose ses produits aux donateurs. Selon l'ampleur des dons, les amateurs recevront ainsi un équivalent en caviar et viande d'esturgeon. «Je me sers de cela davantage comme un outil de marketing, car les esturgeons (de Charlo) ont déjà été achetés. Les gens peuvent ainsi faire des précommandes en ligne de notre nouveau caviar et nous, en décembre, nous leur enverrons le produit. L'argent que nous obtiendrons ainsi nous permettra d'avoir une base pour nos opérations journalières», explique le président de l'entreprise.