



Les installations de Rinox, à Terrebonne, s'étendent sur plus de 60 000 pi²

RINOX

Investissements de 10 M \$

Un des plus importants fabricants de pavés unis, de pierres et de briques pour la construction résidentielle au Québec, Rinox, vient de compléter une série d'investissements de 10 M \$ à son usine de Terrebonne sur la Rive-Nord de Montréal.

BERNARD GAUTHIER

Après avoir fait l'acquisition d'une usine de 60 000 pi² sur le boulevard des Entreprises, Rinox a acheté divers équipements pour étendre sa gamme de produits. L'usine est principalement automatisée et peut répondre à une demande quotidienne de 6000 à 8000 pi² de pierres décoratives comparativement à 2000 pi² avant la transformation des lieux.

« Nous touchons à trois types de marché et notre objectif est d'augmenter le nombre de produits à l'intérieur de ces créneaux. Actuellement, nous avons une gamme d'environ 300 produits d'aménagement paysager et nous voulons atteindre les 350 l'an prochain. Pour le moment, nous consolidons nos activités et, au fil du temps, nous développerons encore plus de produits. Nous sommes très concurrentiels, nos produits sont exportables et nous avons déjà réalisé des projets en ce sens à l'étranger comme ce fut le cas en Chine », raconte Horacio Correia, président de Rinox.

Outre le Québec, l'entreprise exporte ses produits au Canada et aux États-Unis. L'Europe ne figure pas dans les projets de développement. « Ce n'est pas un marché qui nous intéresse. Tout au plus, nous allons vendre la technologie pour des produits dont nous détenons les brevets. Nous préférons cette avenue plutôt que d'attaquer le marché directement. »

RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT

Le travail en recherche et développement occupe une place prioritaire parmi les activités de Rinox. Chaque année, l'entreprise investit entre 250 000 et 400 000 \$ en R&D. Depuis les quatre dernières années, une équipe travaille essentiellement à mettre au point de nouveaux produits pour être à l'affût du marché. En 2011, Rinox a lancé la pierre Lorado, un produit qui s'adapte très bien aux tendances déco actuelles. « Le contemporain est très à la mode, la tendance est forte et il faut s'adapter à cette réalité. Notre produit est mince, il adhère parfaitement bien à diverses surfaces et son aspect de pierre conventionnelle est à s'y méprendre. » Les produits vedettes sont d'ailleurs bien en évidence sur le site Internet du manufacturier.

Rinox répond aux besoins d'environ 300 clients parmi lesquels on retrouve des centres de distribution, des entrepreneurs en construction et des magasins à grande surface.

RELÈVE FAMILIALE

Spécialisée surtout dans le résidentiel et quelque peu dans le commercial, Rinox célèbre cette année son 15^e anniversaire de fondation. Bien qu'il soit encore tôt pour aborder le sujet de la relève, Horacio Correia soutient qu'il appartiendra à sa fille, Marie-Élizabeth, et à son fils, Liborio, d'assurer l'avenir de l'entreprise le moment venu. Liborio travaille déjà chez Rinox depuis plus de trois ans et Marie-Élizabeth est aussi active dans le marketing. Rosa, l'épouse du président, est administratrice. « Une telle réussite est non seulement tributaire du formidable travail de toute l'équipe, mais aussi de la fidélité de notre clientèle, de l'appui continu de nos fournisseurs et partenaires d'affaires. Je tiens sincèrement à tous les remercier. »

Le président de Rinox est particulièrement fier de sa pierre Lugano. Cette pierre innovatrice a dominé le marché de produits de maçonnerie dès son introduction. Sa popularité est due à sa similarité à la pierre naturelle, à ses formats variés et à ses couleurs réelles. À son avis, il s'agit de l'une de ses plus belles réalisations à ce jour.

Rinox

3155 boul. des Entreprises

Terrebonne (Qc) J6X 4J9

T. 450.477.4669 • F. 450.477.0999

www.rinoxinc.com

