

Une conserverie de saumon de la Colombie-Britannique appartenant à des Autochtones revitalise les économies des communautés nuu-chah-nulth

St. Jean's Cannery and Smokehouse, à Nanaimo, en Colombie-Britannique, est la plus grande conserverie de thon et de saumon au Canada. La conserverie appartenant à des Autochtones est également un détaillant gastronomique reconnu pour ses nombreux produits de spécialité, y compris les huîtres fumées du Pacifique et les fruits de mer sous la marque autochtone authentique *Gratitude Seafood*.

« Nous avons acheté St. Jean's en raison de son expertise et de sa réputation », a déclaré Larry Johnson, président de Nuu-chah-nulth Seafood Limited Partnership. « C'était aussi un bon investissement parce qu'il correspondait à nos pratiques et à nos principes traditionnels. »

Nuu-chah-nulth Seafood a été créée en 2003 pour aider les communautés à participer davantage à la conchyliculture et à la pêche commerciale et à reprendre le contrôle des ressources maritimes qui les avaient maintenues pendant des dizaines de milliers d'années. Les principes Nuu-chah-nulth mentionnés par M. Johnson sont Hish-uk ts'a-walk (tout est un), lisaak (un plus grand respect pour la sollicitude) et Uu-a-thluk (prendre soin d'utiliser une approche moderne). Ces principes lient les communautés en tant que Premières Nations et sont intégrés dans tout modèle d'affaires, affirme M. Johnson.

Exploitée en famille depuis plus de 50 ans, St. Jean's a été achetée en 2015. Les principes sacrés des nations nuu-chah-nulth sont l'une des raisons pour lesquelles l'ancien propriétaire, Gerard St. Jean, a vendu la conserverie à Nuu-chah-nulth Seafood. « Les sociétés vont et viennent. Nous sommes ici pour de bon », a déclaré M. Johnson.

Le financement accordé dans le cadre de l'Initiative de diversification des pêches commerciales du Pacifique a joué un rôle « très important » dans l'achat, a déclaré M. Johnson. Le programme d'une durée limitée de l'Initiative de partenariat stratégique a été

établi pour accroître la participation et les avantages économiques des communautés autochtones aux activités de pêche commerciale sur la côte Ouest. Il a également mis à profit le succès de l'Initiative des pêches commerciales intégrées du Pacifique de Pêches et Océans Canada.

Il fut un temps où les conserveries prospéraient le long de la côte de la Colombie-Britannique, et il y en avait jusqu'à 80 en activité en 1918. Bien que St. Jean's soit maintenant la dernière conserverie au Canada, elle continue de prospérer sous la propriété des Nuu-chah-nulth. Jusqu'à 130 employés travaillent à la conserverie, qui produit jusqu'à 30 000 boîtes de conserve par jour pendant les périodes de pointe. Les produits en conserve sont vendus sous les marques de détail St. Jean's et Raincoast Trading.

La nouvelle marque *Gratitude Seafood* est propre à Nuu-chah-nulth Seafood LP. L'entreprise a mis à profit les connaissances tirées de l'expérience de St. Jean's pour



Mention de source : Nuu-chah-nulth Seafood LP



développer la marque autochtone authentique, lancée en 2019. La cannerie St. Jean's est également utilisée comme conditionneur des produits *Gratitude Seafood*.

St. Jean's s'occupe de la transformation pour un certain nombre de clients commerciaux, y compris les Premières Nations de l'intérieur de la province, ainsi que des milliers de pêcheurs récréatifs qui veulent que leurs prises soient mises en conserve ou fumées sur mesure.

La transition de la conserverie à Nuuchahnulth Seafood a été facilitée par Gerard St. Jean et les employés de la conserverie. Il y a un respect mutuel et un partage des valeurs, affirme M. Johnson. « C'est une relation mutuellement bénéfique qui se poursuit encore aujourd'hui. »

« Nous sommes une société dotée d'un conseil d'administration professionnel qui possède une expertise dans les domaines des finances, des pêches commerciales, du droit et de la gouvernance des Premières Nations », déclare Jennifer Woodland, chef de la direction de Nuuchahnulth Seafood. « Lorsque nous manquons d'expertise dans un domaine, nous trouvons des partenaires qui en ont et nous apprenons d'eux. »

La planification stratégique fait partie intégrante de leur succès, dit-elle. Un plan quinquennal établit l'orientation future à la suite d'un remue-méninges pour trouver des possibilités, puis de recherches pour déterminer leur viabilité. Un plan détaillé d'un an expose ensuite les tâches pour l'année à venir.

« Nous prenons notre temps et restons fidèles à notre mission », déclare madame Woodland.

Prendre du temps peut signifier renforcer les capacités en aidant les communautés à acheter des bateaux, des quotas et des permis, ainsi que planifier leurs activités et leurs finances. Les membres de l'équipe de développement commercial de l'Initiative des pêches commerciales intégrées du Pacifique ont joué un rôle important dans ce travail. « Ils ont été vraiment géniaux », dit-elle. « Nous avons pris notre temps. Nous avons été ouverts et honnêtes et nous avons établi une solide relation mutuelle avec eux. »

Woodland et Johnson disent tous deux qu'ils séparent les affaires de la politique.

Aider les Nuuchahnulth à acquérir de l'expérience dans la transformation, la vente et le marketing grâce à l'achat de St. Jean's s'inscrit parfaitement dans l'objectif global de reconnecter les membres de la communauté à leurs racines maritimes et de revitaliser les possibilités économiques de la communauté grâce à de nouvelles activités durables liées à la pêche des poissons et des fruits de mer. « Cela aide à redonner vie à nos communautés », affirme M. Johnson.

Pratiques exemplaires :
*Diversification des entreprises
et valeurs communes*

