
Le lait comme signe d'une région en changement : l'exemple de l'Outaouais

Anne Mévellec, Ph.D.
Université d'Ottawa

Maxime Pedneaud-Jobin, Conseiller municipal
Ville de Gatineau

INTRODUCTION

« L'enjeu est simple. Une mobilisation régionale, une mobilisation totale comme la nôtre doit pouvoir permettre à une région de se donner des outils pour encourager la consommation de proximité, pour valoriser ses produits locaux, pour façonner son identité, pour mieux occuper son territoire. Si nous n'y arrivons pas, ce ne serait pas uniquement un échec pour nous, mais un échec collectif de toutes les régions du Québec. »¹

Au-delà de la fermeture d'une entreprise, la disparition de la Laiterie du Château a été vécue comme un non-sens pour certains acteurs impliqués dans le développement régional de l'Outaouais.

La Laiterie Château, fondée en 1963 à Buckingham et appartenant à Nutrinor, a définitivement fermé ses portes le 28 décembre 2006, supprimant de fait 24 emplois en usine et 17 sur les routes pour les laitiers indépendants. Au-delà de la fermeture d'une entreprise, la disparition de la Laiterie du Château a été vécue comme un non-sens pour certains acteurs impliqués dans le développement régional de l'Outaouais. C'est à leur initiative qu'un comité de relance a tout de suite été formé et a réussi en quelques mois à concevoir et financer la construction d'une nouvelle laiterie.

La construction d'une nouvelle laiterie indépendante constitue une première en soixante ans au Québec, dans un marché largement dominé par Agropur (62 % du marché québécois sous les marques Québon, Sealtest, Natrel). S'il s'agit avant tout d'une initiative économique, ce projet

est aussi porté par une communauté régionale constituée d'une pluralité d'intérêts. Le présent texte vise à expliciter les raisons du succès du comité de relance de la Laiterie de l'Outaouais.

La construction d'une nouvelle laiterie indépendante constitue une première en soixante ans au Québec, dans un marché largement dominé par Agropur (62 % du marché québécois sous les marques Québon, Sealtest, Natrel).

La mobilisation associant citoyens, entrepreneurs, acteurs publics et politiques peut être analysée comme un exemple de développement régional, associant des enjeux économiques, sociaux et identitaires dans un contexte territorial d'une région ni centrale ni périphérique qu'est l'Outaouais. Après avoir rappelé l'histoire de la Laiterie Château et de sa fermeture, on présentera le processus et les acteurs de la relance de la laiterie de l'Outaouais, pour finalement expliquer les raisons du succès de ce projet de relance économique.^a

La mobilisation associant citoyens, entrepreneurs, acteurs publics et politiques peut être analysée comme un exemple de développement régional, associant des enjeux économiques, sociaux et identitaires dans un contexte territorial d'une région ni centrale ni périphérique qu'est l'Outaouais.

1. LA LAITERIE CHÂTEAU ENGLOUTIE DANS LA LOGIQUE DES GRANDS GROUPES

Le système de gestion du lait instauré au Québec depuis la fin des années soixante assure une certaine stabilité à ce marché agricole. Le prix du lait est fixé et garanti pour les consommateurs, comme pour l'ensemble des producteurs, qui vendent leurs productions aux différents transformateurs^b. Le marché de la transformation est fortement structuré par la présence du grand groupe Agropur, à côté duquel d'autres entreprises occupent des parts de marché moindre (Parmalat, Nutrinor, etc.).

Dans ce marché monopolitistique, la laiterie familiale du Château a été l'objet d'une succession de transactions de la part de groupes agroalimentaires plus importants. D'abord rachetée en 1977 par Agrodor, elle se retrouve en 2001 dans le groupe Dairyworld Foods inc., un consortium formé de la division laitière de la coopérative Agrifoods International de l'Ouest canadien, de Nutrinor et de la coopérative Agrodor. Lorsque ce consortium fait faillite, en 2002, Nutrinor hérite de la Laiterie Château. Cette logique de consolidation des grands groupes s'accompagne d'une marginalisation en

leur sein même des petites entités comme la Laiterie du Château. Cela se traduit notamment par l'absence d'investissement matériel dans les installations vieillissantes de la laiterie de Buckingham. Celle-ci produit néanmoins 10 millions de litres de lait par an et occupe 35 % des parts du marché régional. Lorsque, en 2006, Nutrinor décide de recentrer ses activités au Saguenay – Lac-Saint-Jean, la marque de commerce Château disparaît des tablettes, surtout au profit des produits Agropur (Québon, Natrel et Sealtest).

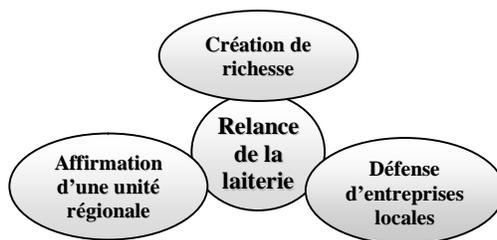
La disparition de la Laiterie régionale Château, qui vient après celle de l'encan d'animaux de Gatineau (octobre 2003) et de fromagerie de Plaisance (mai 1996), marque l'affaiblissement général du secteur de la transformation agroalimentaire en Outaouais. La fermeture de la Laiterie Château, décidée ailleurs, est remise en cause par un groupe d'acteurs régionaux qui voient dans l'Outaouais non seulement un marché de consommateurs mais aussi une région de production agroalimentaire.

2. DE LA RELANCE DE CHÂTEAU À LA CRÉATION DE LA LAITERIE DE L'OUTAOUAIS

Face à la fermeture de la Laiterie Château, plusieurs personnes se mobilisent immédiatement autour d'un projet de relance de la laiterie. Au cœur de ce premier mouvement, on retrouve le directeur général de la Coopérative de développement régional Outaouais-Laurentide, le commissaire au développement économique à la Ville de Gatineau et Maxime Pedneaud-Jobin, citoyen. Ce dernier lance un appel à la mobilisation dans *Le Droit* le 31 octobre 2006 : « Il faut

sauver la Laiterie Château ! ». L'argumentaire tient en trois points : 1) la valeur économique d'une entreprise de transformation de produits locaux, et donc de création de richesse; 2) la défense d'outils de production locaux en dehors des grands groupes; 3) l'affirmation d'une unité régionale à travers la mise en lien (économique) des espaces urbains et ruraux de l'Outaouais^c. Ce triple argumentaire est présenté dans la figure 1.

Figure 1 : Argumentaire de la relance de la laiterie



2.1 Relancer la laiterie

Le comité de relance monte un projet original de reprise. Ce dernier est fondé sur la mise en place d'une coopérative de consommateurs qui vise non seulement à ramasser des fonds, mais à créer une dynamique régionale autour de la laiterie présentée comme un outil de développement économique régional.

Le comité de relance monte un projet original de reprise. Ce dernier est fondé sur la mise en place d'une coopérative de consommateurs qui vise non seulement à ramasser des fonds, mais à créer une dynamique régionale autour de la laiterie présentée comme un outil de développement économique régional. Parallèlement, le comité de relance s'associe à deux entrepreneurs régionaux ainsi qu'à une coopérative de travailleurs actionnaires, pour la mise sur pied de l'entreprise proprement dite.

Dès le mois de novembre 2006, le comité de relance, avec le soutien actif de la chambre de commerce de Gatineau, lance une campagne d'appui au projet de nouvelle laiterie. Il s'agit de constituer une coopérative de consommateurs. Les acteurs économiques ainsi que la population sont appelés à devenir membre de la future coopérative au montant de 200 \$. La campagne est relayée dans la presse régionale par la Chambre de commerce, notamment lors de son gala annuel, mais aussi par le bouche à oreille grâce à une mobilisation importante parmi les coopératives membres de la Coopérative de développement régional Outaouais-Laurentide et leurs partenaires. Cette coopérative de consommateurs deviendra elle-même actionnaire de la future compagnie de la Laiterie de l'Outaouais. En cela, elle sera le partenaire des promoteurs de la nouvelle laiterie. Le mandat de la coopérative de consommateurs est de promouvoir l'achat de la production laitière régionale et le développement d'une offre renouvelée en cette matière. Au mois de mai 2007, cette coopérative comprenait 438 membres et en novembre 2008 près de 640.

Deux hommes d'affaires expérimentés, Georges Émond (Mont-Laurier) et Gérald Brisebois (Maniwaki), proposent d'investir dans la laiterie et de la diriger. Le premier a déjà fondé une laiterie et quelques fromageries, le second, diplômé de l'Institut de technologie agroalimentaire de Saint-Hyacinthe, a déjà dirigé une laiterie, en plus d'être laitier. Leur expertise sectorielle et entrepreneuriale est essentielle au développement du projet.

Le mandat de la coopérative de consommateurs est de promouvoir l'achat de la production laitière régionale et le développement d'une offre renouvelée en cette matière. Au mois de mai 2007, cette coopérative comprenait 438 membres et en novembre 2008 près de 640.

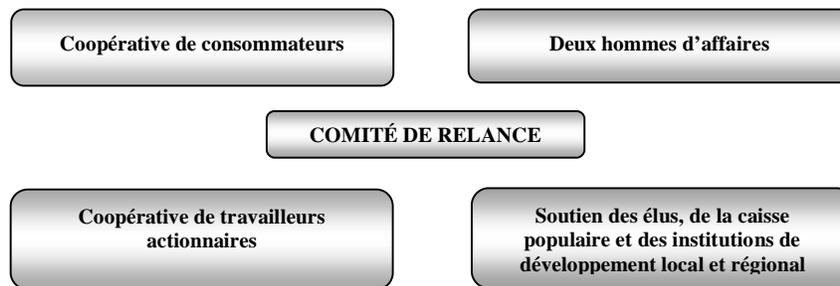
Le modèle de la relance, illustré à la figure 2, comprend également un troisième acteur qui est la coopérative de travailleurs actionnaires. Cette dernière comprend quatre anciens travailleurs de la Laiterie Château ainsi que tous les employés de la nouvelle Laiterie de l'Outaouais. Cette coopérative sera actionnaire de la nouvelle entreprise, grâce à l'achat d'actions pour un montant total de 100 000 \$, soutenu par Investissement Québec. Parallèlement, le comité de relance bénéficie du soutien actif de plusieurs élus. Le maire de la ville de Gatineau manifeste son appui au maintien d'une entreprise de transformation du lait à Buckingham, faisant suite aux prises de position de plusieurs politiciens, notamment de Richard Nadeau, député fédéral de Gatineau, de Norman MacMillan, député provincial de Papineau, ainsi que de plusieurs conseillers municipaux de Gatineau. À la mi-décembre 2006, c'est l'ensemble de la conférence régionale des élus de l'Outaouais (CRÉO) qui se positionne en faveur de la relance de l'équipement industriel de première transformation.

Le comité de relance bénéficie du soutien actif de plusieurs élus. Le maire de la ville de Gatineau manifeste son appui au maintien d'une entreprise de transformation du lait à Buckingham, faisant suite aux prises de position de plusieurs politiciens.

Un autre appui vient de la caisse populaire Desjardins de la Basse-Lièvre qui par une contribution de 5 000 \$ souhaite aider le comité de relance. Le mouvement Desjardins, à travers ses caisses du Pontiac, de l'Outaouais et de la Haute Gatineau fait également la promotion de la coopérative de consommateurs. Au cours de l'automne 2006, d'autres acteurs du développement local et régional (Investissement Québec-économie sociale, SOLIDE, CLD de Gatineau, le Fonds soutien Outaouais, Écho capital - un fonds régional de capital de risque) s'engagent à appuyer le projet.

L'un des bémols de cette mobilisation régionale est venu de Développement économique Canada qui a hésité à investir 300 000 \$ dans la laiterie, jugeant la part des activités prévues en deuxième transformation du lait trop faible par rapport à ses attentes. Après de nombreuses discussions avec Norman MacMillan, député de Papineau et représentant des députés provinciaux, et Laurence Cannon, ministre fédéral responsable de la région, les institutions fédérales se sont finalement ralliées au projet.

Figure 2 : Le modèle de relance de la laiterie



2.2 Plan d'affaire

La stratégie permet de combiner l'expertise des deux investisseurs privés, celle des travailleurs mis à pied par la Laiterie Château et la force de mobilisation de la population de l'Outaouais par le biais d'une coopérative de consommateurs.

Alors que les soutiens s'accumulent et que la levée de fonds va bon train, le comité de relance est conduit à envisager non seulement la reprise des installations de la Laiterie Château, mais aussi la construction d'une nouvelle usine. C'est en mai 2007 que le plan d'affaire est rendu public. Les retombées économiques de cet investissement de 2,25 millions \$, sont estimées à 40 millions \$. Le conseil d'administration est composé des deux investisseurs privés (majoritaires), de la coopérative des consommateurs, d'une coopérative formée par les travailleurs et du Fonds soutien Outaouais. La stratégie permet de

combiner l'expertise des deux investisseurs privés, celle des travailleurs mis à pied par la Laiterie Château et la force de mobilisation de la population de l'Outaouais par le biais d'une coopérative de consommateurs.

La capacité maximum de production de l'usine est de 10 millions de litres de lait par année. La construction d'une nouvelle laiterie est l'occasion de renouveler le matériel industriel et de faire des gains d'efficacité grâce aux évolutions technologiques. La laiterie de l'Outaouais devrait ainsi rivaliser avec les immenses usines d'Agropur en ce qui a trait à la performance litre/homme. Les objectifs de vente, pour la première année, s'élèvent à 2 787 155 litres de lait, soit 35 % de ce que Château produisait. Parallèlement au dévoilement du plan d'affaire, le comité de relance fait un appel aux consommateurs en leur demandant de s'engager sur une consommation de lait de la nouvelle Laiterie de l'Outaouais. Consommer local est un enjeu important pour les promoteurs : « Pour nous,

c'est la clef du projet. Notre objectif est de compiler des centaines de milliers de litres de lait pour démontrer aux laitiers et aux commerçants que les consommateurs de l'Outaouais veulent le lait de chez nous. »^d

Le premier objectif du comité de relance était de recueillir en quelques jours une « promesse » de consommation de 200 000 litres par année, grâce à la diffusion dans la presse, la mise en place d'un site internet, la mobilisation chez les membres de la Coopérative de développement régional Outaouais-Laurentide. L'objectif a été largement dépassé avec un engagement de la

population récolté par courriel et par téléphone de plus de 1,4 million de litres par an. Cet engagement est entendu par les grands distributeurs (Metro, Loblaw, IGA) qui se sont montrés ouverts à leur tour à mettre sur leurs tablettes les futurs produits de la laiterie. Les actions concertées et la mobilisation des citoyens, entrepreneurs, acteurs économiques et politiques, permettent au comité de relance de la Laiterie de l'Outaouais de procéder à la première pelletée de terre de la nouvelle usine, le 12 novembre 2008 à Gatineau. Au même moment, Nutrinor obtenait l'autorisation de démouler la bâtisse de l'ancienne laiterie à Buckingham.

3. LE LAIT : UN SYMBOLE D'UNE RÉGION EN CHANGEMENT

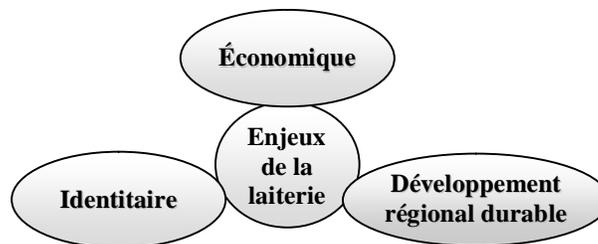
Au-delà de la transformation laitière, la laiterie s'est imposée comme une référence dans les enjeux de développement local et régional de l'Outaouais.

L'expérience de la Laiterie de l'Outaouais est intéressante par son premier succès : la réussite d'un montage financier permettant la reconstruction d'une usine de transformation agroalimentaire dans la région. Au-delà de la transformation laitière, la laiterie s'est imposée comme une référence dans les enjeux de développement local et régional de l'Outaouais. En effet, depuis 2007, plusieurs dossiers à vocation régionale (comme la suppression d'emplois chez Domtar ou l'arrêt des activités du train à vapeur Hull-Wakefield) font référence à la démarche du comité de relance comme modèle de mobilisation. Ce dernier étant caractérisé par la réunion d'une diversité d'acteurs locaux et régionaux,

d'une mobilisation citoyenne, tout en assurant un leadership efficace dans la conduite d'un dossier économique/entrepreneurial. C'est pourquoi, il est intéressant de comprendre pourquoi la Laiterie de l'Outaouais s'est imposée comme une figure symbolique et normative du développement régional. Le comité de relance de la Laiterie de l'Outaouais a dès le départ imposé une analyse globale des enjeux de la Laiterie Château sur les plans économique, du développement régional durable et identitaire suivant l'approche présentée à la figure 3.

Le comité de relance de la Laiterie de l'Outaouais a dès le départ imposé une analyse globale des enjeux de la Laiterie Château sur les plans économique, du développement régional durable et identitaire.

Figure 3 : Le triple enjeu de la Laiterie Château



3.1 Un enjeu économique

La laiterie peut d'abord être considérée comme un projet économique visant la création de richesse et d'emplois par le biais de la transformation du lait et la production de valeur ajoutée. Cet enjeu primordial explique la mobilisation des acteurs institutionnels tels que le CLD de Gatineau.

La surreprésentation des employeurs fédéral et provincial a participé à éroder le potentiel entrepreneurial local. Face à cette situation, les organismes de développement local cherchent à favoriser à la fois la diversification des activités économiques et l'entrepreneuriat local.

La consolidation d'un réseau de PME constitue un enjeu important dans l'Outaouais dont la structure économique régionale est dominée par les activités gouvernementales tertiaires. En 2007, 85,5 % des emplois étaient dans le secteur tertiaire, pour 13,7 % dans le secondaire et 0,9 % dans le primaire). La surreprésentation des employeurs fédéral et provincial a participé à éroder le potentiel entrepreneurial local. Face à cette situation, les organismes de développement local cherchent à favoriser à la fois la diversification des activités économiques et l'entrepreneuriat local.

Dans son exercice de planification stratégique (2007-2012), la CRÉO a identifié l'agroalimentaire comme un des cinq créneaux stratégiques de développement économique pour la région^e. La CRÉO s'engage à soutenir la transformation agroalimentaire et la mise en marché de produits agroalimentaires de la région. La relance de la laiterie s'inscrit ainsi particulièrement bien dans les politiques annoncées par les instances politiques et administratives régionales. La modernisation de cet équipement industriel constitue également une promesse de développement pour la filière agroalimentaire et la diversification de l'offre de produits locaux, tel qu'illustré dans la citation suivante : « Nous voulons aller beaucoup plus loin que ce que Château offrait en utilisant la nouvelle laiterie comme un levier de développement de nouveaux produits à haute

valeur ajoutée, en plus du lait. Par exemple, l'Outaouais est la seule région au Québec qui ne produit pas de fromage au lait cru de vache. »^f

Le projet de la Laiterie de l'Outaouais bénéficie rapidement du soutien des acteurs institutionnels et économiques, qu'il passe par des prises de position individuelle ou autres. L'intégration des différents acteurs dans le projet de relance permet à la fois de construire un front commun autour de l'idée de relance de la laiterie, et aussi d'en bonifier le processus. Ainsi, l'idée de coopérative de consommateurs, apportée par la Chambre de commerce, a constitué un changement majeur et extrêmement positif par rapport au projet initial.

3.2 Un enjeu de développement régional durable

La laiterie n'est pas seulement un enjeu économique et entrepreneurial. Le projet de relance incarne également une vision de la région, dans laquelle on cherche à reconstruire une unité : celle d'un marché régional associant producteurs et consommateurs. Cette démarche se rapproche à deux logiques.

La laiterie n'est pas seulement un enjeu économique et entrepreneurial. Le projet de relance incarne également une vision de la région, dans laquelle on cherche à reconstruire une unité : celle d'un marché régional associant producteurs et consommateurs.

D'une part, le développement régional passe par la maîtrise régionale des leviers économiques. Quelque soit la forme juridique de l'établissement industriel, l'importance est d'en ancrer la propriété dans la région afin de permettre de dépasser les impératifs économiques de rentabilité interne à l'entreprise. L'enracinement territorial est conçu par le comité de relance comme garant d'efforts considérables pour conserver une infrastructure économique et assurer, par un investissement continu, la croissance de l'entreprise.

D'autre part, les porteurs du projet de relance à travers la Coopérative de développement régional de l'Outaouais-Laurentides valorisent le développement d'une économie durable. L'achat local promu par le comité de relance rejoint d'autres initiatives à succès comme le programme d'Agriculture soutenue par la communauté d'Équiterre (ASC) ou encore le marché de solidarité régionale de l'Outaouais mettant de l'avant la notion de proximité. Sans pour l'instant chercher la labellisation « bio », la Laiterie de l'Outaouais s'inscrit dans une logique de développement durable en réduisant le camionnage grâce à la régionalisation du marché laitier. Ces trois initiatives économiques mettent en lien producteurs et consommateurs de la région. La préoccupation environnementale est ainsi pleinement intégrée dans les initiatives de développement économique local, grâce à l'accent mis sur la notion de proximité.

Le comité de relance de la laiterie propose une perspective sociale et durable de l'économie régionale à travers leur projet économique. La participation d'intérêts régionaux divers permet de légitimer cette perspective.

3.3 Un enjeu identitaire

Finalement, la laiterie est aussi présentée par ses promoteurs comme un enjeu régional et identitaire. L'Outaouais a du mal à se définir du fait même de sa situation géographique. Cette région, périphérique par rapport à Montréal, est centrale par rapport à la capitale fédérale tout en étant frontalière. La dynamique démographique en fait une région en croissance, avec un gain de plus de 8 % de résidents entre 2001 et 2006^g. L'afflux de nouveaux résidents est caractérisé par les mouvements interprovinciaux, et se fait en partie au détriment de la ville d'Ottawa. Cette tendance, à laquelle on doit ajouter les effets de la création de la nouvelle grande ville de Gatineau en 2002, questionne l'assise sociale et identitaire de l'Outaouais.

Dans ce contexte de croissance, l'Outaouais montre des signes de transformation qui s'inscrivent dans l'émancipation de la partie gatinoise de l'agglomération Ottawa-Gatineau. En effet, depuis une quinzaine d'années, la

région a pris son envol dans plusieurs domaines : multiplication d'initiatives sociales locales, émergence d'entreprises, nouveaux services, attractivité économique, naissance d'organismes en appui au développement, gouvernance renforcée, explosion de l'offre touristique et culturelle. Plusieurs auteurs² constatent l'importance de ces changements. L'impact le plus significatif de ces changements pour la laiterie se situe dans le commerce au détail. Les fuites commerciales vers Ottawa y sont passées de 40 % en 1992 à moins de 10 % en 2007.³

Dans ce contexte de croissance, l'Outaouais montre des signes de transformation qui s'inscrivent dans l'émancipation de la partie gatinoise de l'agglomération Ottawa-Gatineau. En effet, depuis une quinzaine d'années, la région a pris son envol dans plusieurs domaines.

Il importe également d'ajouter que le succès de la relance de la laiterie est sans aucun doute redevable à la perspective créatrice du projet. Pour les membres du comité de relance, le leitmotiv est de mobiliser les acteurs et la population en faveur de quelque chose, tel que traduit dans cet extrait : « Souvent, on demande aux citoyens de se mobiliser contre des choses. Là, on leur demandait de se mobiliser pour quelque chose, et ça, on l'a vu, ça peut porter fruit. »^h

Le projet de laiterie comporte des aspects extra-économiques, qui selon ses promoteurs lui permettent de participer à la dynamique régionale spécifique observable en Outaouais. En tant que projet capable de rassembler une diversité d'acteurs locaux, la laiterie sert ainsi de porte étendard pour une vision renouvelée de la région renforcée par rapport à Ottawa.

En tant que projet capable de rassembler une diversité d'acteurs locaux, la laiterie sert ainsi de porte étendard pour une vision renouvelée de la région renforcée par rapport à Ottawa.

CONCLUSION

Le projet de laiterie peut être considéré sous différents angles (économique, développemental, identitaire). En ce sens, les promoteurs de la Laiterie de l'Outaouais ont réussi à l'imposer comme une figure totem⁴. Il s'agit d'un projet ouvert susceptible d'être saisi par tous et pour lequel une diversité de lectures pouvait être produite par divers intervenants (économiques, politiques, publics et citoyens).

Les trois enjeux ne sont pas exclusifs les uns des autres. C'est bien parce que la Laiterie de l'Outaouais est à la fois un projet économique, développemental et identitaire que l'initiative bénéficie d'une multitude d'appuis. Dans un cercle vertueux, l'appropriation du projet de laiterie par différents intérêts permet à ce dernier non seulement de se concrétiser, mais aussi d'être à son tour traduit dans les langues du territoire, ayant ainsi un caractère totémique.

Malgré tous les avantages concurrentiels dont pourrait profiter la Laiterie de l'Outaouais, la réalité économique lui est défavorable : Agropur a un chiffre d'affaires de 200 fois supérieur à celui qui est prévu pour la laiterie à sa cinquième année d'existence. Les avantages concurrentiels de la Laiterie de l'Outaouais sont intéressants, mais la taille du concurrent est telle que ces avantages restent très théoriques. Agropur, avec ses ressources en marketing, sa capacité d'influencer financièrement les détaillants pour « sortir un concurrent des tablettes », sa capacité de perdre de l'argent longtemps en Outaouais, a tous les avantages, sauf un : elle n'est pas de l'Outaouais. Le seul avantage comparatif réel de la Laiterie de l'Outaouais sera son capital d'estime auprès de la population et des détaillants. Ainsi, la Laiterie de l'Outaouais, qui sera en fonction au cours du printemps 2010, incarne, économiquement et symboliquement, la dynamique d'une région ayant pris en main son développement. ■

Bibliographie

- ¹ Comité de relance de la laiterie de l'Outaouais, (2007). *Mémoire présenté par le dans le cadre des audiences régionales de la Commission sur l'avenir de l'agriculture et l'agroalimentaire québécois*, juin.
- ² Andrew, C. et Chiasson, G. (2005). « Fusion de l'agglomération de Gatineau et redéfinition du centre », in Bherer, L., et al., dir., *Jeux d'échelle et transformation de l'État*, Québec, Presses de l'Université Laval, pp. 119-136; Doucet, C., Favreau, G. et Robitaille, M. (2007). *L'Outaouais, une région qui gagne et qui perd, enjeux démographiques et économiques*, Gatineau, Université du Québec en Outaouais.; Doucet, C. (2005), *Portrait de l'économie et de l'emploi en Outaouais et dans ses sous-régions, Série Développement régional n°5*, Gatineau : Université du Québec en Outaouais.
- ³ Ville de Gatineau (2007). *Diagnostic commercial de la Ville de Gatineau : Étude sur le commerce de détail, Partie 1*. Gatineau.
- ⁴ Durkheim, E. (1960). *Les formes élémentaires de la vie religieuse*, Paris, Presses Universitaires de France.

Notes

- ^a Ce texte a été écrit à partir d'une analyse documentaire réalisée à partir de la documentation fournie par le comité de relance de la Laiterie de l'Outaouais, d'une revue de presse sur ce thème dans le quotidien régional *Le Droit* (79 articles entre le 1^{er} janvier 2006 et le 17 février 2009) et d'entrevues avec les membres du comité de relance de la Laiterie de l'Outaouais.
- ^b La Loi sur la mise en marché des produits agricoles, alimentaires et de la pêche (L.R.Q., c. M-35.1) fixe la liste des marchands de lait détenteurs de cautionnement et encadre le prix du lait au détail pour l'ensemble du territoire du Québec.
- ^c Pedneaud-Jobin, M. « Il faut sauver la Laiterie Château ! », *Le Droit*, Forum, mardi, 31 octobre 2006, p. 17.
- ^d Déclaration de Maxime Pedneaud-Jobin, cité dans « L'Outaouais produira bientôt son lait », *Le Droit*, mardi, 15 mai 2007, p. 3.
- ^e CRÉO, 2006, *Une vision commune de notre avenir. Planification stratégique régionale 2007-2012 de l'Outaouais*, 16 p.
- ^f Déclaration de Patrick Duguay, cité dans « L'Outaouais produira bientôt son lait », *Le Droit*, mardi, 15 mai 2007, p. 3.
- ^g Statistique Canada, 2007, *Portrait de la population canadienne en 2006, Recensement 2006*, No 97-550-XIF.
- ^h Déclaration de Patrick Duguay, cité dans Mercier, J., « Les produits de la Laiterie de l'Outaouais sur les tablettes en 2009; Première pelletée de terre pour la Laiterie », *Le Droit* jeudi, 13 novembre 2008, p. 5.