

Cependant, la machinerie agricole de Versatile est aussi vendue en Europe, dans la région Asie-Pacifique, en Australie, en Afrique, au Moyen-Orient et en Amérique latine, dit M. Paul Soubry, directeur général de l'entreprise.

«Nous sommes très satisfaits de la hausse importante de nos exportations depuis deux ans, dit M. Soubry. Notre succès est dû en partie à ce que nous avons pu lancer de nouveaux tracteurs intégrant les derniers perfectionnements, et aussi du fait que nous profitons d'un réseau de distribution s'étendant à plus de 100 pays, celui de notre société mère, New Holland n.v. (filiale en propriété exclusive de Fiat S.p.a.)»

De plus, l'usine de Winnipeg s'est vu confier récemment le mandat mondial pour la conception technique et la fabrication d'un nouveau modèle de tracteur à deux roues motrices, le Genesis 70. «La nouvelle a eu un effet positif sur nos ventes, explique M. Soubry, particulièrement sur le marché nord-américain où nous affrontons une vive concurrence de la part d'autres fabricants d'envergure mondiale.»

En 1993, New Holland n.v. remettait à Versatile son prestigieux prix d'excellence Qualitas, décerné aux établissements du groupe qui ont fait preuve d'une amélioration continue et ont obtenu la plus haute cote de satisfaction de la clientèle.

Construit sur un terrain de 45 acres, l'établissement de Versatile couvre une superficie de 773 500 pieds carrés et abrite les installations de fabrication et les bureaux de l'entreprise. Versatile exploite également un centre d'essai de 75 acres à Sanford (Manitoba), à 30 minutes de route de son siège de Winnipeg. Fondée en 1945, l'entreprise emploie actuellement 760 personnes.

Autre facteur de sa réussite, Versatile consulte sans cesse ses employés, ainsi que ses clients, fournisseurs et distributeurs, au sujet des améliorations à apporter à ses produits afin de mieux répondre aux exigences du marché. «Qualité et esprit d'équipe, voilà la clé du succès, conclut M. Soubry. Ainsi, la mise au point des tracteurs de la série Genesis 70 a été un travail d'équipe dès le début.»

WATERSPRING BED COMPANY INC.

Les beaux rêves d'un exportateur de Mississauga,
en Ontario, se traduisent par une augmentation
considérable de son chiffre d'affaires.

La société WaterSpring Bed Company Inc. promet de beaux rêves aux habitants du globe.

Au cours des huit dernières années, l'entreprise de Mississauga (Ontario) a conçu et fabriqué des lits d'eau souples et des couvre-matelas d'eau qu'elles a vendus dans plus de 20 pays, dont les États-Unis, le Japon, l'Angleterre, l'Allemagne, les Pays-Bas, l'Allemagne, la Suisse, le Portugal et l'Australie. Les exportations de WaterSpring constituent 84 p. 100 de son chiffre d'affaires, qui atteindra plusieurs millions de dollars cette année, en hausse de 136 p. 100 par rapport à l'an dernier.

Qu'est-ce qui distingue les matelas et les couvre-matelas de WaterSpring? «L'innovation combinée à la qualité, tout simplement», dit M. Gordon West, qui, en compagnie de son épouse, Lisa, est l'unique propriétaire de WaterSpring Bed Company Inc.

«Par exemple, notre matelas souple possède toutes les caractéristiques d'un matelas ordinaire, en plus des avantages d'un lit d'eau. À la différence des lits d'eau conventionnels, notre produit s'adapte à n'importe quel cadre de lit choisi par le client. De plus, il contient environ 80 p. 100 moins d'eau qu'un lit d'eau conventionnel et ne nécessite aucun dispositif de chauffage parce que nous utilisons un isolant thermique qui réfléchit la chaleur corporelle. Nous offrons aussi le couvre-matelas AquaPad aux clients qui veulent tous les avantages d'un lit d'eau sans toutefois en payer le prix. AquaPad est un matelas capitonné mince en vinyle qui contient deux pouces d'eau. Il convient à n'importe quel matelas ordinaire.»

La demande mondiale pour ces produits a incité M. West à prendre de l'expansion. Il y a trois ans, WaterSpring employait 15 personnes — son effectif s'élevé maintenant à 60.

Le succès de l'entreprise repose sur des principes qui sont devenus un mantra pour M. West. «Tout doit être fait à la perfection. On doit offrir la meilleure qualité et la meilleure conception. Il faut bien comprendre les acheteurs étrangers et faire tout ce qui est possible pour faciliter leurs achats chez nous, soutient-il. Il faut aussi s'entourer de personnes compétentes. Il faut gagner la confiance des clients, ce qui peut prendre des années. On doit sans cesse innover au plan technologique. Enfin, il faut implanter des méthodes de fabrication efficaces et saines.»

Dans sa recherche de nouveaux marchés, WaterSpring a exploité au mieux les programmes fédéraux. «Nous avons utilisé les fonds accordés par le MAECI dans le cadre du Programme de développement des marchés d'exportation pour participer à des foires commerciales internationales, les fonds offerts par le gouvernement fédéral pour obtenir la certification ISO 9000, ainsi que l'appui de la Société pour l'expansion des exportations pour financer différentes transactions, précise M. West. Nous avons tiré le maximum des programmes gouvernementaux. Ils nous ont aidés à prospecter de nouveaux marchés.»

Bien que les produits pour lits d'eau représentent la plus grande partie de ses exportations, Gordon West ajoute que son entreprise, loin de se reposer sur ses lauriers, continue de chercher et d'explorer de nouveaux marchés et débouchés.

«Nous venons tout juste de lancer un couvre-matelas chauffant non électrique. La température d'un côté est de 12°F plus élevée que de l'autre côté, grâce à un tissu spécial que nous avons inventé et fait breveter. Ce produit est conçu pour réchauffer tous les matelas du monde à un coût très modeste. Il révolutionnera l'art de dormir!»

La SEE – solutions financières pour les entreprises canadiennes

Société de services financiers axée sur le client, la SEE se consacre depuis 50 ans à aider les entreprises canadiennes à réussir sur les marchés mondiaux grâce à la vaste gamme de services de financement et d'assurance novateurs et souples qu'elle offre aux exportateurs et à leurs clients de par le monde.

Les services de gestion des risques de la SEE sur les plans de l'assurance, des stratégies et des garanties sont devenus indispensables des stratégies d'exportation des entreprises canadiennes, grandes ou petites. La SEE désire établir des rapports à long terme avec ses clients et partenaires.

Elle favorise la croissance des PME et contribue à la création et au maintien des emplois par le soutien qu'elle apporte aux exportateurs et à leurs acheteurs du monde entier.