

MediaSpark IT Solutions Inc.

■ Sydney et Halifax, Nouvelle-Écosse ■ Mathew Georghiou, Président-directeur général et fondateur

Qu'obtient-on lorsqu'on associe le concept de simulation de vol pour le plaisir et la dernière technologie d'apprentissage virtuel? On obtient GoVenture®, une série de produits d'apprentissage axés sur la simulation et fort primés de MediaSpark IT Solutions Inc. Lancée en 1994 par Mathew Georghiou qui avait alors 26 ans, l'entreprise d'élaboration de logiciels et de production de nouveaux médias installée en Nouvelle-Écosse est reconnue maintenant comme un chef de file dans le domaine de l'apprentissage par simulation.

Quand il s'agit de cibler la commercialisation, MediaSpark refuse la prudence conventionnelle en matière d'affaires. « Nous ciblons tout le monde : les écoles, les universités, les centres de services aux entreprises et les entreprises. » Cependant, c'est précisément l'ampleur du marché qui a permis à MediaSpark de trouver son créneau. « Notre produit est unique du fait de son succès dans tous ces marchés. Nous n'avons pas de concurrents directs, aussi pouvons-nous nous faire un nom très rapidement à l'échelle internationale. Si vous ne ciblez qu'un seul marché, vous ne serez pas l'entreprise d'apprentissage par simulation. »

MediaSpark cible toutefois un seul segment de marché à la fois, en commençant par l'éducation. L'accès à

l'aide et aux programmes provinciaux et fédéraux : Agence de promotion économique du Canada atlantique (ACOA), le programme de développement des marchés d'exportation (PDME), responsables des consulats canadiens aux États-Unis, pour n'en nommer que quelques-uns, lui a ouvert les voies de l'exportation. Quarante pour cent des recettes de l'entreprise proviennent actuellement des exportations, principalement vers les États-Unis, par la vente directe et le partenariat avec des maisons d'édition d'ouvrages scolaires telles que Boston's Houghton Mifflin. Le Japon, le Royaume-Uni et l'Afrique du Sud constituent les autres destinations d'exportation.

À titre de propriétaire d'une entreprise qui pourrait détenir l'avenir de l'apprentissage virtuel entre ses mains, Georghiou donne le sage conseil d'exportation suivant : « Soyez préparé, non seulement pour ce qui est de la compréhension de votre marché mais aussi sur le plan financier. Nous savons que notre produit a un grand potentiel à l'étranger mais nous ne voulons pas franchir la porte avant d'en avoir les moyens. Nous voulons aussi nous assurer d'avoir un partenaire solide dans chaque domaine. » Quand viendra ce jour, chose certaine, MediaSpark prévoit que ses recettes d'exportation augmenteront d'une façon vertigineuse.

Tél.: (902) 562-0042 Courriel : mg@mediaspark.com Site Web : www.mediaspark.com; www.goventure.net

Narli Clothing Ltd.

■ Calgary, Alberta ■ Narda Simpson, Lisette Allan, Copropriétaires

Narda Simpson et Lisette Allan ont de bonnes raisons de dormir sur leurs deux oreilles... et c'est ce qu'elles feraient si elles n'étaient pas si occupées. Les copropriétaires de l'entreprise Narli Clothing Ltd. de Calgary, qui occupent chacune un emploi à temps partiel pour une autre entreprise, ont créé un modèle de vêtement de nuit pour bébé qui réduit les risques de syndrome de mort subite du nourrisson (SMSN). Et le Snugbag™ connaît une telle popularité que l'entreprise, constituée en société au printemps 2001 et dont 10 % des revenus sont déjà générés par les ventes à l'exportation, a dû cesser de faire appel aux services de couturières à la maison et se tourner vers un fabricant de Calgary pour répondre à la demande.

De dire Mme Allan, « nous avons dépassé notre plan d'affaires dès notre deuxième mois d'activité. Nous produisons dix fois plus que ce que nous avions prévu ». Pour créer le Snugbag™, Mme Allan s'est inspirée du trappelzak, sac de couchage pour bébé utilisé traditionnellement par les Hollandais et que sa famille lui a fait parvenir de Hollande pour ses propres enfants. Incapable de fournir le trappelzak à ses amies qui désiraient utiliser ce produit, Mme Allan a décidé d'en fabriquer elle-même. C'est ainsi qu'est née Narli Clothing.

Mmes Allan et Simpson, qui étaient âgées respectivement de 29 et de 27 ans lorsqu'elles se sont lancées en affaires, ont été aussi pleines de précautions avec leur nouvelle entreprise qu'un parent l'est avec un nourrisson. « Nous n'avons pas voulu constituer notre entreprise en société tant que nous n'avons pas été certaines qu'il existait bien un marché pour notre produit. Nous nous sommes donc intéressées à ce qui faisait la popularité du trappelzak en Hollande. C'est ainsi que nous avons découvert qu'une équipe de médecins hollandais avait prouvé qu'il réduit l'incidence du SMSN. Nous avons ensuite

effectué de nombreuses recherches sur notre marché cible, l'Amérique du Nord. Ce n'est qu'à partir de ce moment que nous sommes allées de l'avant. »

Narli cible les parents et les dispensateurs de soins américains et canadiens par l'entremise de son site Web et de publicités paraissant dans des publications axées sur la famille; le bouche-à-oreille fait le reste. Et de la Californie à New York, en passant par Moscou, les bébés emmitouffés dans des Snugbags™ dorment en toute sécurité.



Sans frais : 1-866-768-4224 Courriel : snugbag@snugbag.com Site Web : www.snugbag.com

Cyberteks Design

- London, Ontario ■ Keith Peiris, Président-directeur général et directeur principal de la création
- A fondé son entreprise à l'âge de 11 ans, en 1999 ■ 1999 Nombre de salariés : 10 (sans compter le personnel de vente au Canada et aux États-Unis) ■ Exporte depuis 1999
- Ventes à l'exportation : 40-50% ■ Marchés d'exportation : États-Unis, Chine

En théorie, le succès que remporte Keith Peiris à l'exportation semble plutôt typique. Keith est considéré comme l'un des concepteurs de pages Web les plus réputés au Canada. Son entreprise, Cyberteks Design, s'est taillée une place de choix sur le marché américain et il l'orgne maintenant du côté de la Chine. Keith a participé à la mission d'Équipe Canada à Beijing, Shanghai et Hong Kong, en février 2001, et fort des contacts établis au cours de cette mission, il est sur le point d'ouvrir un bureau en Chine. Une chose cependant distingue Keith des autres, même dans la catégorie « jeunes exportateurs » : il s'est lancé dans les affaires à l'âge de 11 ans seulement.



Le premier ministre Jean Chrétien et Keith Peiris

Cyberteks, qui utilise beaucoup les logiciels Macromedia, s'est vue offrir une occasion formidable de montrer le fruit de son travail par cette entreprise de développement de contenu de sites Web de San Francisco elle-même, dont le propre site Web sert de vitrine à Cyberteks. C'est grâce à cette visibilité que

Cyberteks Design, c'est...

une entreprise de réputation internationale qui fournit des services de conception interactive, de promotion et d'hébergement de contenu pour le commerce électronique et la commercialisation en ligne. Elle a

déjà obtenu des contrats à l'exportation avec, respectivement, la société Double D Trucking, de la Floride, et Interep, la plus grande agence de publicité de l'industrie de la radio aux États-Unis.

quelques années, et nous voulons être là avant l'éruption. »

La mission a été un véritable succès pour Cyberteks, qui a signé, avec la plus importante société de technologie de l'information de la Chine, une lettre d'intention en vue de l'ouverture d'un bureau de production dans ce pays dans un avenir rapproché. Pendant sa visite en Chine, Keith a également présenté un exposé dans le cadre d'un colloque sur le financement par capital-risque dans le domaine de la technologie de l'information. Un des investisseurs chinois qui assistaient à ce colloque travaille désormais avec Keith.

Ses conseillers : ses parents et le gouvernement

Bien sûr, quand il s'est lancé dans

« Mon plus grand défi a été d'établir la réputation de l'entreprise pour que les gens n'aient pas peur de confier leur présence sur Internet à la merci d'un garçon de 11 ans. »

son siège à London, en Ontario, et compte des bureaux de vente à Montréal, à Toronto, à New York, à Washington (D.C.), au Maryland, en Virginie, au Texas, en Floride et au Michigan. Depuis qu'il a démarré son entreprise, Keith a retenu l'attention d'un large éventail d'entreprises clientes, remporté une foule de prix et porté son chiffre d'affaires au-delà des six chiffres, et ce n'est pas fini. Et avec cela, Keith continue d'aller à l'école.

Mettre le talent à profit

C'est en 5^e année, alors que la conception de sites Web était son passe-temps, que Keith a eu l'idée de se lancer en affaires. « On me disait que j'étais excellent dans ce domaine, alors j'ai décidé de mettre mon talent à profit. Je savais qu'il y avait un gros marché pour la conception de sites Web. »

Démarrée dans le sous-sol de la maison familiale, l'entreprise a pris lentement de l'expansion. « Nous n'étions pas connus, personne n'avait vu notre travail, et personne n'avait confiance en un garçon de 11 ans. Nous avons bâti notre réputation en travaillant pour de petits clients et en montrant ce dont nous étions capables. »

Cyberteks a remporté ses premier et deuxième contrats à l'exportation avec, respectivement, la société Double D Trucking, de la Floride, et Interep, la plus grande agence de publicité de l'industrie de la radio aux États-Unis.

Quand l'âge devient... avantage

S'il est vrai que Keith a eu à faire ses preuves en tant que très jeune entrepreneur, il a aussi vu son jeune âge devenir un atout quand les médias ont commencé à s'intéresser aux remarquables réalisations de cet élève de 5^e année, l'intérêt qu'il suscitait a donné lieu à d'autres contrats.

Les activités de Keith ont aussi retenu l'attention de son député et du secrétaire parlementaire du ministre du Commerce international, Pat O'Brien. C'est ainsi que Keith a été invité à participer à la mission d'Équipe Canada en Chine. « Nous avons pensé qu'il nous serait profitable de nous rendre dans un pays en développement sur le plan technologique qui aurait besoin dans l'avenir de nos produits. Le marché chinois de la technologie de l'information n'a pas encore explosé, mais, selon nous, cela devrait se produire dans

cette grande aventure, Keith ne connaissait pas tous les tenants et aboutissants du monde des affaires. Il s'est donc tourné vers son père pour obtenir de l'aide. Quand il s'est agi de percer le marché chinois, un autre genre de conseiller était prêt à aider. « Nous avons parlé à différents agents de commerce au consulat Canadien à Guangzhou et à l'ambassade du Canada à Beijing pour nous renseigner sur la façon de faire des affaires en Chine et faire en sorte que nous ne commettions aucune erreur. Leur aide nous a été très utile. »

Pour ce qui est de l'avenir, Keith a l'intention de continuer à travailler dans son entreprise aussi longtemps qu'il verra des possibilités de croissance. Il compte bien aussi poursuivre ses études, ce qui, dit-il, l'aidera à mieux gérer et faire prospérer son entreprise. De plus, pour ce président-directeur général, il y a toujours du temps pour le hockey peewee.

Tél. : (519) 649-6572
Courriel : kpeiris@cyberteks.net
Site Web : www.cyberteks.net