

Timeless Technologies

■ Charlottetown et Belfast (Île-du-Prince-Édouard) ■ Justin MacLeod, Président

■ A fondé son entreprise en 1994, à l'âge de 20 ans ■ Nombre de salariés : 11

■ Exporte depuis 1995 ■ Ventes à l'exportation : 10-20 % ■ Marchés d'exportation : États-Unis, Royaume-Uni, Australie, Nouvelle-Zélande et certains pays d'Amérique du Sud, d'Europe, d'Afrique et d'Asie (40 pays au total).

Le caractère innovateur du produit vedette de Timeless Technologies, le Schedule Wizard, ne fait aucun doute. Peu après que le fondateur de l'entreprise, M. Justin MacLeod, eut élaboré son logiciel -- un programme d'ordinateur qui permet de générer des calendriers pour les tournois à la ronde des équipes de sport -- il a découvert un article du Smithsonian Magazine qui affirmait qu'il faudrait à des super-ordinateurs des centaines d'années pour résoudre le problème mathématique posé par un tel programme. M. MacLeod est bien content de ne pas avoir découvert cet article plus tôt, car, le cas échéant, il n'aurait peut-être pas essayé d'élaborer ce logiciel grâce auquel il a fondé une entreprise qui compte aujourd'hui 3 500 clients dans 40 pays.



Le Premier ministre Pat Binns remet à Justin MacLeod le prix du Premier ministre pour technologie de l'information 2001.

Prince-Édouard, où travaillait M. Kinnee, de les aider à élaborer leurs calendriers de

matches. M. MacLeod, qui était à l'époque étudiant de troisième année dans le programme de sciences informatiques de l'Université du Nouveau-Brunswick, a décidé de relever le défi dans le cadre de son projet de thèse, et c'est ainsi que Schedule Wizard est né. M. MacLeod et M. Kinnee ont vite compris que leur produit était parfait pour le marché nord-américain et ont fondé Timeless Technologies.

Depuis, la popularité d'Internet augmentant sans cesse, la plupart des ventes de Timeless sont effectuées par le biais de son site Web plutôt que par télémarketing.

Recruter les étudiants coop

M. MacLeod est un fervent partisan des programmes d'enseignement coopératif des universités et des collèges. Il connaît fort bien la valeur de ces étudiants : ayant fondé son entreprise au cours de sa dernière année d'étude au baccalauréat, M. MacLeod a été en quelque sorte le premier étudiant coop embauché par Timeless. Au cours

Timeless Technologies, c'est... tout à la fois un créateur de contenu Web, une entreprise de commercialisation internationale, une firme de consultants en technologies et un fournisseur de services de mise en oeuvre, de formation et de génie logiciel. Cette entreprise familiale crée et intègre des produits logiciels et des produits Web, et conçoit des logiciels pour Windows, dont Schedule Wizard, Fast Forward et Sedule System. Timeless

« Nous pensions qu'il était probable que d'autres services des loisirs soient intéressés par notre produit, alors nous avons commencé à appeler des municipalités de partout en Amérique du Nord. »

Technologies offre également des services professionnels à ses clients des secteurs privé et public, et fait fonction de partenaire technologique pour d'autres entreprises canadiennes. Bien que la part des ventes qui est destinée à l'exportation ait diminué au cours des dernières années, les revenus générés par ces ventes ont augmenté sensiblement.

Besoin = créneau

L'idée de Timeless Technologies a été lancée le jour de Noël 1993. Cette journée-là, le beau-père de M. MacLeod, Jim Kinnee, a exprimé le désir que quelqu'un invente un logiciel qui pourrait assister les nombreuses ligues de sports qui demandaient au Centre régional de services de l'Île-du-

Stratégie d'exportation : le Canada à l'appareil

Avant de se lancer en affaires, M. MacLeod a fait ses devoirs. Muni d'un atlas et d'un logiciel contenant les numéros de téléphone de chaque municipalité d'Amérique du Nord, il a communiqué avec 200 services des loisirs du continent. « Quarante pour cent des municipalités contactées ont exprimé un intérêt pour notre produit. Cela nous a semblé un bon pourcentage. Nous avons donc embauché un représentant des ventes pour lancer notre produit, et nous avons appelé un État après l'autre. C'est la raison pour laquelle nous sommes présents dans chacun des États américains. »

des huit dernières années, M. MacLeod a embauché huit étudiants participant à des programmes d'enseignement coopératif et de formation en milieu de travail, dont quatre travaillent maintenant à temps plein pour l'entreprise. « En embauchant de récents diplômés des universités, nous profitons d'un avantage certain, car les connaissances de ces derniers sont à la fine pointe des développements technologiques. »

Le défi : exporter à partir de l'Île-du-Prince-Édouard

L'emplacement géographique de Timeless Technologies importe peu lorsqu'elle vend des logiciels, et les revenus de l'entreprise installée à l'Île-du-Prince-Édouard

croissent à pas de géant. Mais M. MacLeod aimerait bien étendre son marché pour la fourniture de services, et dans ce cas, l'emplacement géographique est primordial. « Nous aimerions vendre nos services sur de plus grands marchés, comme Boston et New York, par exemple -- mais cela sera difficile si nous ne posons pas un service de ventes sur place. Nous étudions actuellement la possibilité d'établir une telle présence sur ces marchés. »

Timeless sait qu'elle peut faire appel aux services des délégués commerciaux du MAECI en poste à l'étranger afin de vérifier les références de représentants des ventes et de sous-traitants potentiels. « Nous avons demandé aux agents de commerce de l'Ambassade du Canada à Kiev de mener une petite enquête sur une entreprise ukrainienne de TI avec laquelle nous voulions faire affaire. Ils nous ont été d'une aide précieuse. »

Conseils de Timeless Technologies

« Assurez-vous que le produit que vous élaboriez répond aux besoins du marché que vous ciblez. Trouvez un créneau. Il est difficile d'exporter un produit qui a un attrait aussi généralisé sans un budget de commercialisation important. » Nous limitons nos activités à ce qu'une entreprise de notre taille peut facilement gérer.

« Essayez d'être une petite entreprise rentable. Créer une entreprise à partir de rien a beaucoup d'avantages. Étant donné qu'au tout début, je gérais mon entreprise pendant mes temps libres, je n'avais aucun coût; les revenus générés par Schedule Wizard nous ont donc permis d'embaucher d'autres programmeurs et de créer d'autres produits. Ces nouveaux produits ont généré des revenus de plus en plus importants.

Tél. : (902) 659-2000
Courriel : info@timelesstech.com
Site Web : www.timelesstech.com

Les collections Mariouche Inc. (Harricana par Mariouche)

■ Montréal, Québec ■ Mariouche Gagné, Présidente

Mariouche Gagné respire l'enthousiasme, l'énergie et la gaieté d'une femme qui a été la première à mettre au point une nouvelle mode très chaude et écologiquement amicale : la fourrure recyclée. Ayant besoin d'argent pour terminer sa maîtrise en gestion du design à l'Académie Domus de Milan, en Italie, Mariouche Gagné s'est inscrite, en 1993, à un concours de design parrainé par le Conseil canadien de la fourrure. Comme il lui manquait le matériel nécessaire pour compléter sa collection, elle a donc recyclé un manteau de fourrure de sa mère. Elle a remporté le deuxième prix d'une valeur de 12 000 \$, un sujet pour sa thèse de maîtrise ainsi qu'une idée d'affaire originale qui a transformé la controverse et l'élégance associée à la fourrure en des vêtements de ski et d'articles de sport en fourrure recyclée, plus acceptables mais non moins élégants.

Mme Gagné a commencé à exploiter son concept d'affaire en 1994 alors qu'elle avait seulement 23 ans. En 1997, elle a constitué en société Les collections Mariouche Inc. (ou Harricana par Mariouche) à Montréal. Tout en travaillant avec une petite équipe de stylistes, elle se consacre au recyclage et au design des articles de sa collection et en donne en sous-traitance la fabrication. Durant la saison 2001, Harricana a recyclé 6 000 manteaux.

Quoique informelles, les techniques d'exportation de Mme Gagné représentent entre 15 et 20 p. 100 des ventes en croissance et remportent un grand succès. C'est avec mérite qu'elles furent l'objet d'un article d'une revue comme étant celles d'une jeune entrepreneure innovatrice qui a suscité un premier intérêt à l'échelle internationale. La collection de Harricana est vendue dans les luxueuses stations de ski en Suisse, en France et en Italie, par l'intermédiaire des représentants de commerce qui sont des amis personnels et grâce à ses associations sociales. Harricana qui a commencé par participer à des salons professionnels exporte maintenant vers les États-Unis. Cependant, l'Europe, où des produits exclusifs du Canada sont très appréciés et dont Mme Gagné connaît la culture pour avoir séjourné des années à Paris et à Milan, est le marché le plus naturel pour Harricana et cette dernière. L'ambassade du Canada assiste d'ailleurs Harricana à avoir une plus grande visibilité à Paris.

Tél. : (514) 287-6517 Courriel : mariouche@hotmail.com
Site Web : www.harricana.qc.ca

Pure Design Ltd.

■ Edmonton, Alberta

■ Geoffrey Lilge, Directeur de développement de produit

La possibilité de poursuivre leur passion était la raison pour laquelle Geoffrey Lilge et ses camarades d'études, des diplômés en dessin industriel de l'Université de l'Alberta, Daniel Hlus et Randy McCoy, ont créé Pure Design en 1994. Les trois partenaires pensaient qu'ils allaient être des concepteurs industriels après avoir terminé leurs études. Or, les trois, dans la vingtaine, ont plutôt fondé une petite usine et commencé à produire des portes-CD et des casiers à vin. Ils ont approché le Centre du commerce international à Edmonton pour obtenir de l'aide dans le cadre du programme de développement des marchés d'exportation (PDME) afin de participer à la San Francisco International Gift Fair (foire internationale des articles-cadeaux à San Francisco) en 1995. En remplissant les premières commandes pour des entreprises américaines, cette entreprise d'Edmonton, qui fabrique des meubles contemporains pour le secteur résidentiel avec « un petit plus par rapport à ceux qui sont sur le marché », s'est trouvé ainsi un créneau.

De nos jours, Pure Design, qui fait appel à une banque de concepteurs indépendants internationaux et qui emploie 30 personnes, exporte 80 p. 100 de sa collection de meubles exclusifs. Participer à des salons professionnels constitue sa principale stratégie en matière d'exportation, aussi l'entreprise participe-t-elle à cinq salons par an, tout en cherchant des représentants de commerce.

« Donnez un coup d'envoi à vos initiatives », tel est le conseil de Lilge aux entrepreneurs potentiels. « Si vous êtes bon dans ce que vous faites, vous trouverez un moyen d'en vivre. » Avec ses meubles qui embellissent des maisons au Japon, au Royaume-Uni, en Europe, au Canada et surtout aux États-Unis, il n'y a pas de doute que Pure Design permet à Lilge et à ses partenaires d'avoir un niveau de vie satisfaisant et des débouchés novateurs.

Tél. : (780) 483-5644 Courriel : mail@pure-design.com
Site Web : pure-design.com