

Harris Farinon Canada



Profiter de compétences techniques éprouvées et de l'ALÉNA

La Corporation Harris est une compagnie internationale dont le siège social est situé à Melbourne en Floride. La compagnie compte plus de 28 000 employés à travers le monde et les ventes annuelles de 1993 ont dépassé la barre des trois milliards de dollars canadiens. Ses quatre secteurs d'activités principaux sont : les systèmes électroniques, les semi-conducteurs, les communications et les systèmes de bureau Lanier Worldwide. Ils desservent tous les quatre des secteurs gouvernementaux et commerciaux.

La filiale canadienne de la Corporation Harris, Harris Farinon Canada, est située à Dollard-des-Ormeaux au Québec. Les activités de cette filiale comprennent la R-D et la fabrication d'équipements de radio micro-ondes de moyenne efficacité et de moyenne capacité pour le marché mondial. Les exportations sont passées de moins de 20 % en 1989 à plus de 90 % des ventes totales de la compagnie. Pourtant, il n'en a pas toujours été ainsi.

Lorsque la filiale a été créée en 1964, son premier mandat était lié à l'adaptation de produits américains au marché canadien. Dès l'ouverture de son usine, la filiale canadienne commença à développer sa propre gamme de produits tout en respectant les normes canadiennes et tout en répondant aux exigences de Bell Canada, son plus important client. Dès le début des années quatre-vingts, Farinon est devenu le chef de file du marché canadien des radios micro-ondes de basse et moyenne capacité, accaparant ainsi 85 % de ce marché.

Ses principaux clients étaient les compagnies de téléphone ainsi que les industries intéressées à la technologie des radios micro-ondes et ce, de la Colombie-Britannique jusqu'à Terre-Neuve. Par contre, au milieu des années quatre-vingts, les tendances du marché ont obligé la compagnie à redéfinir sa mission corporative.

La baisse de la croissance du marché intérieur causée par la pression exercée par les fournisseurs de services téléphoniques pour le développement de la fibre-optique, les modifications importantes de la réglementation de fréquence incitant une forte concurrence des États-Unis, l'entente entre le Canada et les États-Unis sur le libre-échange et la tendance vers la mondialisation des marchés provoquent des modifications importantes dans l'industrie canadienne des communications. De plus, l'importance de l'émergence de marchés appa tenant à des pays nouvellement industrialisés, remet en question la stratégie de marketing de la compagnie. Pour faire face à ces tendances, Farinon dut miser sur l'importance d'élaborer des stratégies et des objectifs afin d'accroître les ventes à l'exportation.

Tout en poursuivant leur philosophie industrielle proactive, les dirigeants canadiens entamèrent en janvier 1990 un important mandat de fabrication et de R-D. Faisant face à une diminution des commandes à l'intérieur du pays, ils développèrent un projet dont l'objectif principal fut de développer la compétitivité de la filiale canadienne en offrant des produits de qualité au marché international.