



NATIONEX

Les 35 ans d'ingéniosité de Nationex

Comment cinq québécois qui se sont lancés dans le domaine de la messagerie sans expérience sont-ils parvenus à relever les défis inhérents au démarrage de leur entreprise et à tirer leur épingle du jeu malgré une concurrence marquée par la popularité des ventes en ligne? Découvrez les étapes du développement de Nationex et les ingrédients de sa réussite.

par Yasmina El Jamaï



Catryn Pinard, présidente et chef de la direction

LES FRUITS DE L'ENDURANCE

Nationex compte 415 employés répartis essentiellement au Québec et dessert 2 000 clients partout au Canada grâce à ses centres de tri stratégiquement situés au Québec et en Ontario et à ses 17 dépôts. L'entreprise dispense un service de livraison efficace de colis et de messagerie à travers le Canada, ce qui lui a valu d'obtenir une place enviable dans l'industrie de la messagerie canadienne.

Parvenir à ce succès retentissant n'est pas le fruit du hasard. C'est au prix du travail acharné et de la persévérance de ses cinq jeunes partenaires des débuts que l'entreprise sise à Saint-Hubert est sortie des balbutiements des cinq premières années d'activité.

« Au départ, nous pensions que percer serait plus simple. Cela a été un dur défi que nous avons relevé à force de créativité. Nous avons dû inventer des systèmes de logistique et nous organiser. Nous avons effectué des livraisons dans la région métropolitaine de Montréal avec trois camions alors que nos concurrents en avaient 50. On ne dormait pas la nuit. Nous avons même été assaillis par le doute. Mais j'ai l'entrepreneuriat dans le sang, et même si je gagnais bien ma vie comme cadre avant de créer l'entreprise, je n'ai pas renoncé. Nous avons tous mobilisé notre énergie autour de Nationex », déclarait Normand Pinard, fondateur et président de l'entreprise pendant 35 ans.

Sa fille, la nouvelle présidente et chef de la direction, Catryn Pinard, rappelle les propos optimistes du fondateur



rapportés par l'un des associés alors que Nationex était en difficulté: « Nationex connaîtra un grand succès un jour. Il faut y croire. »

UN DÉVELOPPEMENT CONTINU

À force de labeur et d'ingéniosité, Nationex s'est complètement sorti la tête de l'eau en 1985. Depuis, son développement s'est poursuivi et elle a soutenu plusieurs

fondations dont celle pour l'alphabétisation, le Grand défi Pierre Lavoie et la fondation Nationex pour l'enfance créée récemment. Mais ses défis ne se sont pas volatilisés pour autant, surtout avec l'engouement récent pour les livraisons à domicile à partir d'Internet.

Pour Catryn Pinard, ces livraisons constituent un nouveau défi et entraînent un changement de la demande en service de messagerie courant et requièrent une constante innovation au niveau du service et de la tarification

Hugo Welsh, le directeur des opérations, fait remarquer que la tendance actuelle des compagnies de messagerie pour faire face à la concurrence est la spécialisation dans certains marchés avec des prix difficiles à battre plutôt que la diversification des services. « Ce qui nous démarque de nos compétiteurs majeurs est notre service personnalisé, ainsi que notre réactivité et notre faculté d'adaptation plus grandes. »

En se basant sur son excellente réputation au Québec, Nationex mise sur le développement de ses activités en Ontario pour poursuivre son expansion, sur la diversification de ses services en fonction des besoins des clients et éventuellement sur l'acquisition d'entreprises. ♦

