

ENTREVUE EXCLUSIVE AVEC ALAIN DORAIS, PRÉSIDENT DE TECHNISEAL

Techniseal est d'abord venue au monde au milieu des années '80 pour régler un problème d'efflorescence avec les pavés de béton. À son arrivée comme président en 2002, Alain Dorais effectue tout un changement de cap, axant l'entreprise de Candiac sur la recherche de la qualité optimale. « On ne peut avoir la philosophie du bon marché et prétendre à la fois faire le meilleur produit sur le marché », a confié en entrevue le grand patron.

Q Arrivé à la tête de l'entreprise en 2002, la compagnie existait déjà, avez-vous procédé à de grands changements ?

R En fait, c'est un changement de culture qu'on a fait. Au début, Techniseal avait plutôt une culture « locale ». Nous étions concentrés sur le marché québécois et un peu ontarien. Un des grands changements a été d'utiliser les contacts de mon ancienne entreprise pour faciliter notre entrée sur le marché américain. Pour l'Europe, on avait commis des balbutiements. On a pris la décision d'y mettre plus de sérieux. Aujourd'hui, on vend en France, en Belgique, en Hollande et en Allemagne. En tant qu'entreprise internationale, ça nous amène à un niveau plus intéressant.

« Je pourrais vous énumérer des produits qui ne verront jamais le jour. Pourquoi ? Parce qu'on n'est pas capable de dire qu'on est les meilleurs dans cette catégorie-là. »

Q Votre profil académique (2^e cycle en technologie de l'information) a dû contribuer au fait que la recherche et développement est au cœur de l'entreprise ?

R Chez nous, la R & D est un axe de développement basé sur deux grandes lignes : la création et l'amélioration continue des produits. On ne reste jamais sur notre position. On est constamment à l'affût de nouvelles technologies, formules ou matières premières. Nous avons développé des scellants à base d'eau plus de 10 ans avant qu'une réglementation oblige l'industrie. Même que nos scellants pour l'asphalte sont tous à base d'eau alors qu'aucune règle n'existe encore.

Q L'entreprise a toujours voulu se positionner comme un guichet unique, un « one-stop shop ». Avez-vous réussi ?

R Il faut revenir dans le passé. Techniseal est venue au monde pour régler un problème d'efflorescence avec les pavés de béton, un phénomène naturel qui fait que des taches blanchâtres apparaissent. De là, on a suivi avec le développement de produits connexes. L'idée, c'est de pouvoir dire au client « Tu as un problème de tâche sur tes pavés ? Est-ce de la rouille ? Est-ce que ce sont des feuilles qui ont taché tes pavés ? Il fallait une solution globale.

Donc, il est devenu essentiel d'offrir six ou sept produits nettoyants pour s'assurer de bien nettoyer les pavés avant de les sceller. Cela vaut aussi pour le bois, même l'asphalte. On a d'ailleurs développé un système « 1-2-3 » : 1. Préparer, 2. Nettoyer et 3. Protéger. Dès le début, on s'est donné comme mission d'être le « One-stop shop » pour la protection et l'embellissement des surfaces ; et je considère que nous avons bien réussi sur ce point.



L'amateur d'avions téléguidés a bien voulu se prêter au jeu devant la caméra pour les Dix minutes présidentielles.

Q L'entreprise est aussi associée à des projets de grande ampleur. Pourquoi ?

R Ground Zero, le mémorial à New York, a demandé une coopération très étroite entre les ingénieurs américains et nos spécialistes. Si nous n'avions pas eu un département de R & D à la fine pointe avec des gens ultra-qualifiés, nous n'aurions pas pu répondre à leurs besoins. Il y avait même quelques compétiteurs qui ont voulu littéralement donner leur produit. Nous, on l'a vendu ! Quoiqu'avec un tel projet, le profit reste secondaire comparativement à la symbolique du lieu.

Dans le cas de l'aéroport de Munich, il y avait un enjeu de poussière et de dégradation des joints. Un autre produit avait insatisfait les gens de l'aéroport. Nous avons travaillé plus d'un an avec les responsables afin de prouver la supériorité et les avantages du nôtre. Encore aujourd'hui, les clients sont très heureux du résultat.

Nos interventions sur les rues du Vieux-Montréal, la Place de la République à Paris, Disneyland, contribuent aussi à notre image de marque.



Alain Dorais, président de Techniseal, en compagnie de Richard Darveau, président et chef de la direction de l'AQMAT, en train de discuter après l'entrevue.

Q Sous votre logo, on peut lire « Protège et embellit ». Il y a donc aussi toute la notion d'embellissement.

R Effectivement, nous avons une mission de protéger, mais aussi d'embellir les surfaces extérieures des demeures et des bâtiments. L'asphalte, le bois et surtout les pavés de béton sont des matériaux qui peuvent durer des années, voire des décennies. Cependant, si elles sont mal entretenues, elles deviennent esthétiquement moins intéressantes. Le béton est un matériau poreux. En empêchant la saleté et l'eau d'y pénétrer, on le garde beau plus longtemps. Le bois lui, il est vivant, il faut le nourrir.

La fameuse efflorescence sur les pavés va revenir, sauf si on scelle le problème.

Q Quand vous n'êtes pas au travail, êtes-vous toujours aussi intense ?

R J'ai plusieurs passions, dont la photographie. J'ai la chance de rester au bord de l'eau. La nature, c'est incroyable ! Je suis aussi pilote, j'ai eu quelques avions. Il y a 20 ans, j'ai arrêté de voler... je suis devenu plus père de famille ! Mais, j'ai embarqué la famille dans une aventure qui a duré une douzaine d'années : la course en go-kart ! Tout dernièrement, je suis retourné dans les avions... téléguidés. C'est moins dangereux que les vrais !

Techniseal en chiffres

Fondée en 1984

Située à St-Lambert, Techniseal s'est établie à Candiac, avec des bureaux de vente à Memphis (Tennessee) et Tours (France).



Domaine d'affaires : développement et fabrication de produits de nettoyage, d'entretien et de protection pour les espaces intérieurs et extérieurs.

1 800 465-7325
300, avenue Liberté
Candiac, Québec

Techniseal
Protège et embellit