Mount Real Corporation

TOP 30 SEPTIÈME ANNUEL 2005
LES SOCIÉTÉS OUVERTES QUÉBÉCOISES

Tenter de définir la raison d'être de Mount Real Corporation n'est pas tâche facile. Est-ce une entreprise de services de comptabilité administrative? Oui. Est-ce une firme de gestion de l'information? Encore une fois, oui. Est-ce une compagnie de services aux médias spécialisée dans le renouvellement de contrats d'abonnement à des magazines? Absolument.

Les services de cette firme de Montréal ont beaucoup évolué depuis sa fondation en 1992. À l'origine, elle offrait principalement des services relatifs à la finance tels que le contrôle d'activités comptables, la préparation d'états financiers et la planification stratégique des affaires. Depuis quelque temps, l'entreprise travaille à élargir la portée de ses services TMI et média. TMI, ou Tactiques Marketing Intelligence, est un système intelligent commercial destiné à la gestion des bases de données au sujet des consommateurs, tant propriétaires que non-propriétaires, qui sert à répondre à la fois à des besoins de prospection de clientèle et d'exécution.

Ces compétences essentielles complémentent et viennent se greffer à celles de la clientèle de Mount Real qui est composée principalement d'entrepreneurs et de petites entreprises dans le domaine des abonnements à des magazines, des services d'édition électronique et d'investissement ainsi que des services de gestion de déclaration d'impôt et de gestion de la vérification en ligne. Mount Real sait choisir ses clients, préférant les entreprises axées sur la croissance qui s'arriment bien à sa diversité d'activités. Voilà un aspect déterminant de la stratégie de l'entreprise.

Les services médias de Mount Real, le champ d'activités principal de la firme présentement, visent l'acquisition et le renouvellement des abonnements à des magazines américains et canadiens. Real Readers Inc., une filiale en propriété exclusive, se trouve à la source du chiffre d'affaires de Mount Real en fait d'abonnements à des magazines. En fait, Real Readers a contribué à augmenter le chiffre d'affaires de ses services de 7 %, franchissant 27,7 millions $ à la fin de l'exercice 2003.

« En tant que dirigeants de Real Readers, nous allons tabler sur nos ressources et nos alliances stratégiques pour assurer une grande croissance de l'entreprise. C'est là que réside notre force », affirme Joseph Pettinicchio qui, avant de devenir président et chef de l'exploitation de Mount Real, comptait parmi les clients de la Société.

M. Pettinicchio estime que l'avantage commercial dont profite Mount Real provient de plusieurs facteurs. L'entreprise n'est pas responsable de la production du magazine. Elle ne s'occupe pas non plus de la livraison du produit – le traitement des commandes est confié à une tierce partie. Ensuite, il y a le consommateur qui bénéficie : par l'entremise de Real Readers, Mount Real peut offrir des escomptes de volume, ce qui signifie des prix plus avantageux comparativement au prix des magazines offerts en kiosque.

En ce qui a trait aux magazines électroniques, M. Pettinicchio déclare : « Tout le monde croyait qu'Internet signifiait la mort des magazines – cela n'a pas été le cas. Ils sont encore en grande demande, et les gens veulent les lire. Dans le cas des magazines en ligne, la version intégrale de l'article n'est jamais offerte. Vous devez acheter le magazine si vous voulez lire l'article au complet. »

Or, il s'empresse d'ajouter que Mount Real offre des services d'édition électronique à ses clients par le biais de Publish-IT, son service qui conserve et interprète des données Internet pour ses clients en ligne tels que Menz et Overture Lifestyle.

Dans le marché actuel, où il faut se démarquer à tout prix ou mourir, cette capacité à faire de l'autopublicité intermédia pour soi et ses clients, a donné à l'entreprise une longueur d'avance sur ses concurrents. À cet avantage viennent s'ajouter une combinaison de services de veille économique et d'achat de contrats à créances à tempérament.

M. Pettinicchio avoue que tenter de définir la concurrence n'est pas tâche facile. « Nous ne sommes pas nombreux à faire ce que nous faisons. »

L'entreprise qui s'apparente le plus à Mount Real est sans doute Synapse, une division de Time Warner. M. Pettinicchio attribue la longueur d'avance de Mount Real à sa taille réduite et sa rentabilité.

Et comme si l'entreprise ne se démarquait pas assez par son approche d'autopublicité et d'autopromotion, son modèle d'entreprise est également fort inhabituel.

Dès le départ, l'entreprise s'est servie d'une approche hors du commun, une approche qui allait être avantageuse pour l'entreprise dans les années à venir. Le fondateur Lino Matteo a décidé de ne pas charger un tarif fixe. Mount Real allait plutôt utiliser une méthode plus directe en demandant un pourcentage des revenus, créant ainsi un réel partenariat d'entreprise. La croissance d'un client assure celle de Mount Real.

C'est en créant des alliances stratégiques et des intérêts propriétaux que Mount Real a contribué à croître de façon constante. À la fin de son exercice 2003, Mount Real avait un chiffre d'affaires de 39,6 millions $, en hausse de 4 % comparativement à l'année précédente. M. Pettinicchio prévoit que l'entreprise aura atteint 400 millions $ dans dix ans. ♦

A. Charlotte Riley

Président du conseil d'administration et chef de la direction : Lino P. Matteo

Président et directeur de l'exploitation : Joseph Pettinicchio

Siège social : Montréal

Effectif : 30

Chiffre d'affaires : 39 630 295 $

Site Web : www.mountreal.com

INFORMATION BOURSIÈRE

Symbole (TSX) : MRF

Haut/bas sur 52 semaines : 2,39 $/4,35 $

Actions en circulation : 8 975 589

Fin d'exercice : 31 décembre

Commanditaires de la remise des prix du 7e *Top 30* annuel

FINANCIÈRE BANQUE NATIONALE

Bentall Services Immobiliers
Une filiale de Bentall Capital