

Les prémices...

Architecture et exposition

Fort d'une longue expérience dans le domaine,
Jacques Forest décide de se lancer en affaires avec dix mille dollars
en poche et un concept en tête : créer un nom qui jumelle
architecture et **expositions**. Ainsi est né **Archex**.





Derrière le nom d'Archex se cache également une autre volonté, pour la moins étonnante. « C'était l'époque du bottin des Pages jaunes. Quand ton nom d'entreprise commence par A, tu es dans les premières pages. Mon père voulait profiter de cette visibilité-là. »

Anik, la fille aînée de Jacques, se souvient très bien des débuts modestes de l'aventure au milieu des années soixante-dix. Très jeune, elle voit son père se dévouer corps et âme avec les moyens qu'il avait.

« Mon père disait souvent, à la blague : j'ai dû hypothéquer la maison, le chat, le chien et le poisson rouge. »

Unicité



Avant de fonder Archex, Jacques Forest occupe un haut rang chez Exhibit4, une entreprise au mandat similaire. Au moment où les propriétaires mettent la compagnie en vente, Jacques démontre un intérêt pour acheter des parts, en justifiant son choix par sa grande expérience et son poste de gestionnaire actuel. Mais sa demande se voit refusée par les propriétaires, qui décident de faire passer l'entreprise aux mains de membres de leur famille. Il n'en fallait pas plus à Jacques pour qu'il décide de lancer sa nouvelle enseigne, à Montréal.

Le dévouement du père d'Anik devient une grande inspiration pour la jeune femme également, qui décide très tôt d'embrasser le milieu des affaires.

« Je me suis toujours vue comme une patronne, qui va travailler en veston, avec des employés à ma charge. »

En revanche, à son entrée sur le marché du travail, Anik ne se voit pas reprendre l'entreprise si tôt, elle qui a déjà entamé une carrière fructueuse en finances.

Relève



« Puis à 23 ans, l'occasion est arrivée soudainement, et je ne voulais pas la rater. J'ai dit à mon père que je souhaitais à reprendre le flambeau. »

L'occasion en tant que telle, c'est le retrait soudain de son père, dû à la maladie. Jacques doit subir des traitements de dialyse qui l'empêchent d'occuper pleinement ses fonctions pendant au moins cinq ans.

« Pendant ces années-là, j'avais une fesse sur la chaise, comme on dit. Mon père était toujours dans l'entreprise, mais j'occupais une bonne partie de ses fonctions. »

De fil en aiguille, Anik est ainsi promue **directrice générale d'Archex vers la fin des années 1990, prenant ainsi presque entièrement la place de son père à la table de direction.**

Reprendre le flambeau



Le trio des FOREST

Stéphanie Forest est elle aussi entrée chez Archex quelque temps après sa sœur Anik. Mais son parcours est encore plus inusité.

Pilote d'aéronefs commerciaux, elle quitte régulièrement la maison pendant plusieurs jours pour se rendre dans des endroits reculés au Canada, dont de nombreuses communautés autochtones, où elle doit parfois demeurer pendant un certain temps.

Cependant, à l'âge de 29 ans, un accident vasculaire cérébral la force à se départir de sa licence de pilote. « Ça été difficile pour ma sœur, puisqu'elle aimait beaucoup son mode de vie. Elle trippe sur la nature, la chasse, la pêche, et ça lui permettait de faire tout ça. »





N'empêche que l'invitation d'Anik ne s'est pas fait attendre : elle offre aussitôt à Stéphanie de se joindre au département graphique d'Archex. Stéphanie accepte le défi. Puis, de fil en aiguille, l'ex-pilote devient directrice de production et prend des parts dans l'entreprise aux côtés de sa sœur.

« Je trouve que son bagage de pilote est très pertinent. Son cerveau est toujours en mode solution, comme quand elle dirige un avion par mauvais temps. »

Convaincue « qu'elle ne pourrait pas faire la job » de sa sœur, Anik insiste souvent sur le fait qu'elle et Stéphanie se complètent à merveille.

« Moi je planifie pour le long terme, tandis que ma sœur est dans l'opération immédiate, à court terme. »

« Ç'a pris du temps avant qu'on le découvre, mais notre différence est notre plus grand atout. »

Changement



Concentrer les acquis

Au moment où Anik entre chez Archex en 1991, la compagnie a des bureaux de vente à travers le Canada ainsi qu'un deuxième atelier de production à Vancouver.

Toutefois, la jeune femme va apporter une tangente beaucoup plus locale à l'entreprise québécoise, afin de se rapprocher des clients et de concentrer les opérations. Ah, et parce que... Anik est enceinte !

« J'y ai pensé à deux fois avant de me lancer dans l'aventure, sachant que j'attendais un bébé. »

Toutefois, la perspective de pouvoir rapatrier les activités à Montréal la rassure dans sa décision. En procédant ainsi, Anik a la possibilité de concilier plus facilement le travail et la famille après la naissance de son enfant.

À l'extérieur du Québec, seul un bureau à Ottawa demeure ouvert. « Notre expertise est tellement spécialisée que nous n'avons pas besoin d'être partout pour trouver des clients. Et puis, rien ne nous empêche de faire affaire avec des clients étrangers, puisque nous avons des partenaires dans d'autres provinces ou d'autres pays. »

Partenaires

« Aujourd'hui,
40 % de notre marché
est hors Québec.
Souvent, il s'agit
de clients québécois
qui participent à
des événements
à l'étranger. »

Pour soutenir ses clients à l'international, Archex contacte des entreprises partenaires dans le pays hôte qui œuvrent aussi dans la conception de kiosques pour les événements corporatifs.

Cette façon de faire est, en premier lieu, plus écoresponsable : Archex n'a pas à transporter des tonnes de matériaux d'un bout à l'autre du monde, puisque les kiosques sont confectionnés sur place par les sociétés partenaires. Mais cela apporte également d'autres avantages.

« Ces sociétés locales connaissent mieux que nous leur pays, leurs coutumes, leurs lois. C'est plus facile pour nous, pour le client, pour tout le monde. »





Vision et valeurs...

Bâtir la structure

Parmi les rares compagnies qui offrent ce genre de services au Canada, elle est une des rares femmes à occuper le poste de dirigeante. Cela vient avec son lot de défis, mais aussi d'opportunités.

Anik ne peut s'empêcher d'esquisser un petit rictus lorsqu'elle repense aux réactions de son père il y a trente ans. Elle fait référence à 1991, plus précisément, lorsqu'elle propose à son père de reprendre le flambeau pendant sa maladie. « Ben voyons, t'es une fille ! », a lancé Jacques subitement. « Je crois qu'il voulait me protéger, parce que j'étais jeune aussi, et mon père ne connaissait que des hommes plus vieux dans ce milieu. N'empêche que, si je lui rappelais cette phrase-là aujourd'hui, il aurait sûrement honte ! Ha ha ! »

Malgré le plafond de verre qu'elle doit briser pour entrer dans ses nouvelles fonctions, Anik réussit rapidement à faire sa place dans le milieu. Les partenaires, les compétiteurs et les clients lui vouent un grand respect.

« Dans le milieu, ce sont souvent des “ papas ” de l'âge de mon père, alors c'est comme si tout le monde voulait m'aider ou me prendre en charge. »

« Je crois que ça a un peu rapport avec mon image de “ la petite fille d'Archex ”. J'étais reconnue partout avec cette étiquette-là, et c'était toujours positif. »

Gestion familiale

La relation d'affaires qu'entretient Anik avec son père amène cependant d'autres défis. Traditionnellement, Jacques a coutume de partir en Floride chaque hiver pour ne revenir au Québec qu'au printemps.

À partir du moment où Anik prend la direction générale, même si son père demeure actionnaire majoritaire, c'est elle qui doit gérer la compagnie durant son absence.

Ainsi, lors de la transition au printemps, il y a parfois quelques divergences d'opinions entre Anik et Jacques. « À un moment donné, pendant l'hiver, j'ai acheté un deuxième banc de scie pour accroître la production, sans consulter mon père. À son retour, il m'a fait savoir qu'il n'était pas content. »

« J'étais parfois déchirée entre mon père et mes décisions d'affaires. Mais avec le temps, on a trouvé des trucs pour s'ajuster. »



Réinventer la roue

« Ça va bien aller », pouvait-on lire partout au printemps 2020. Mais pour Archex, il est difficile de croire ces paroles lorsque son modèle d'affaires repose sur la tenue d'événements... qui n'ont soudainement plus lieu.

« Du jour au lendemain, il n'y a plus de *trade shows*, plus de conventions, plus aucun rassemblement. Toute notre activité s'est écroulée. »

Les premiers mois de la pandémie amènent l'entreprise à se réinventer, et rapidement. Au terme de discussions déterminantes, l'équipe élabore une solution ingénieuse. Archex a tout ce qu'il faut dans ses ateliers pour fabriquer les fameux panneaux de plexiglas qui sont désormais réquisitionnés par tous ceux qui se conforment aux règles de distanciation sociale. En plus de cela, Archex peut mettre ses menuisiers à l'œuvre dans la conception de meubles commerciaux.



Professionalisme

Paix d'esprit

« Ce n'était pas une formule très payante. Mais au moins, on a été capables de garder tout le monde sur notre *payroll*, à 80 % de leur salaire. » Et la direction décide de mettre les bouchées doubles pour conserver ses précieux employés, alors que ceux-ci sont pour la plupart confinés chez eux dans les premiers mois de la pandémie. Chaque jeudi, pendant plusieurs mois, Anik s'assure d'envoyer par la poste un cadeau à chacun des membres du personnel.

« Ça, ç'a été déterminant pour le moral de l'équipe. On m'a dit que certains attendaient le gars de Purolator devant leur porte le jeudi matin ! »

« Je me disais : la roue ne tourne pas vite, mais au moins elle tourne. Parce qu'après une crise, c'est plus facile de relancer une roue qui tourne un peu. »

La situation demeure pourtant assez anxiogène pour Anik et sa sœur, qui attendent avec impatience le moment où les mesures sanitaires leur permettront de retourner à leurs activités fondamentales.

« J'ai eu plusieurs nuits blanches. Je faisais des crises de panique. Mais on est passés au travers, et quand on a repris nos activités, c'était encore plus fort qu'avant. »



Retour aux sources

La reprise des événements corporatifs en 2021 permet à Archex de retourner graduellement à ses activités pré pandémie, alors que plusieurs concurrents n'ont pas survécu ou ont réduit leurs activités.

« Après la pandémie, nos concurrents disaient parfois à leurs clients : je ne peux plus te servir, mais appelle Archex. Eux, ils peuvent toujours. »

Aujourd'hui, Archex gère environ 700 projets par année, conçus par une équipe basée à Montréal qui compte entre vingt-cinq et trente employés selon la saison. La haute saison, dans le milieu des salons professionnels, correspond aux périodes de janvier à avril et d'août à novembre. Durant ces périodes, certains ex-employés, aujourd'hui retraités, viennent donner un coup de main.

L'essentiel, c'est qu'Archex dispose toujours des ressources nécessaires pour représenter ses clients partout, quel que soit le moment.

« Avec nous, le client n'a plus à se soucier de sa représentation dans les événements corporatifs. On s'occupe de tout, où que ce soit dans le monde. »

Esthétique



« Notre mission, c'est de faire
briller nos clients tout en leur
offrant une tranquillité d'esprit. »



En coulisse...

La
bienveillante

Passionnée

Honorable Mention

Client
Damotech

Design
Trafic Design

Fabrication
Archex

EXHIBITOR Magazine's
35th Annual
Exhibit Design Awards

EXHIBITOR



Anik Forest

Présidente

Anik étudie en ressources humaines à l'UQAM avant de décrocher un emploi dans les banques, un milieu dans lequel elle voit un potentiel d'avancement.

Lorsque l'occasion de diriger Archex se présente, elle pressent toutefois un potentiel encore plus grand. De plus, elle ne pouvait pas abandonner son père, qui avait des problèmes de santé.

« J'étais loin d'avoir toute l'expérience dont j'aurais eu besoin. Mais bon, l'expérience est venue avec les années ! »

Somme toute, Anik est très emballée de rejoindre Archex. Elle aime l'événementiel et la diversité du travail – les clients provenant d'industries plus différentes les unes que les autres.

« En plus, mon travail me permet de voyager beaucoup. C'est un milieu assez stimulant. Les clients sont excités d'aller à leurs *shows*. Et moi je le suis tout autant en les accompagnant ! »

Anik est chanceuse de pouvoir compter sur une famille très proche. Sa sœur Stéphanie constitue une partie importante de sa vie.

« On partage tout. D'abord l'entreprise, oui. Mais on a aussi une voiture et un bateau en garde partagée... Ha ! Ha ! »



Équipe

Une esquisse de l'avenir...

La relance au cube



Lors d'un voyage en Californie en 2019, Anik aperçoit quelque chose qui lui marque l'esprit.

En fait, ce n'est rien de particulièrement novateur sur le plan technologique : il s'agit simplement d'un conteneur maritime en métal, modifié sur mesure, qui peut accueillir des « magasins éphémères » (ou *pop-up shops*). Mais dans un contexte postpandémique où les entreprises gagnent à se réinventer, Anik est persuadée que le concept du conteneur transformable est un filon à exploiter.

cubox™

Ainsi est né Cubox™, une offre de services clé en main pour les clients qui désirent afficher leurs plus beaux atouts dans un décor extérieur et contemporain.

Conformément à la politique d'écoresponsabilité d'Archex, la grande majorité des matériaux peuvent être réutilisés : non seulement le conteneur en lui-même, mais également les comptoirs, les tapis ou les lampes par exemple. Il suffit de les peindre d'une autre couleur pour respecter l'identité visuelle du client.

« C'est mon intuition qui m'a poussée à démarrer Cubox™. Et jusqu'à maintenant, mon intuition ne s'est pas trompée. Ça fonctionne très bien. »

La touche *personnelle*

D'un point de vue individuel, Anik a rejoint le groupement EntreChefs PME, une association réunissant des dirigeants de petites et moyennes entreprises au Québec.

« De me faire *challenge*r par les autres entrepreneurs là-bas, ça m'aide beaucoup dans mon cheminement. »

Et Anik a déjà une bonne idée de la direction où elle s'en va. Elle donne déjà des conférences, et dans quelques années, elle aimerait devenir *coach* pour d'autres entrepreneurs.

« Je ne peux pas avoir acquis toutes ces connaissances et ne pas en faire profiter les autres. »





9200, boulevard Henri-Bourassa Ouest
Montréal (Québec) H4S 1L5

514 334-1012

archex.ca



Éditeur : Memorial Éditions
Direction de l'édition : Audrey Dallaire
Auteur : Laurent Mercier-Roy
Conception graphique : Lilliane Racine