

**Les Affaires**

Publié le mercredi 4 avril 2018.

Auteur : Daniel Lowry-Whitton

Dans la première édition du mois d’avril, le concept de mondialisation des PME (petites et moyennes entreprises) sera questionné. J’ai pu me rendre en contact avec mon ancien employeur pour discuter de la mondialisation et du commerce internationale, que fait face à cette compangie.

Je vous présente la compagnie The Burger’s Priest. Fondé par Shant Mardirosian, il n’avait pas toujours en tête l’idée de devenir entrepreneur. En fait, il voulait devenir prêtre avant de tout lâcher pour commencer sa propre compagnie. Il avait comme idée de révolusionariser la façon que les hamburgers sont fait. Avec leur bœuf frais, à jour et seulement cuit à la commande, Burger’s Priest est devenu un succès instantanée qui cherche à grandir sur l’échelle mondiale.

Burger’s Priest est une compagnie moyenne parce qu’il est sur le scène nationale au Canada, avec 14 restaurants dans deux province. Il cherche à prendre le prochain pas dans les expansions mondiaux.

**Entrevue**

Question : Qu’es ce que la mondialisation signifie pour vous ?

Réponse : Le fait d’adapter aux tendances mondiales pour développer sa comppagnie pour se présenter comme compétiteur sur la scène internationale. Ceci est basé sur l’économie et l’intérêt de sa compagnie dans un autre pays.

Question : La mondialisation est-elle une menace sur votre compagnie et les autres PME canadiennes ?

Réponse : Selon moi, la mondialisation et autant un problème que non. C’est un problème parce l’économie est en changement constante et plusieurs compagnies multinationales sont prêts à faire une expansion vers le Canada avec notre dollar très basse. De l’autre façon, la mondialisation est un bon aspect parce que ceci donne aux petites entreprises la chance de voir les développement chez les grosses entreprises et visionner leur succès. Ceci donne aussi l’opportunité de se placer face aux entreprises monstres qui se sont déjà établis sur la scène mondiale.

Question : Considérez-vous une petite, moyenne ou grande entreprise ?

Réponse : Selon moi, nous sommes une moyenne entreprise. Ceci est en raison qu’une petite entreprise se consiste seulement dans une ville. Tandis qu’une grande entreprise est nationale et même international. Donc, comme étant moyen, nous sommes en train de grandir et nous avons fait une expansion nationale et nous cherchons continuellement à grandir.

Question :Visionnez-vous une expansion internationale ?

Réponse : Je crois que chaque entrepreneur visionne avoir sa compagnie sur la scène internationale. C’est un succès que tu as laissé une marque dans l’histoire du commerce.

Question : Quelles sont vos profits en tant que la région de Barrie ?

Réponse : Je ne pourrais pas partager nos chiffres d’affaires, mais nous amassons, dans une semaine, entre 5000 à 8000 dollars par jour.

Question : Voulez-vous mettre la compagnie sur le marché boursier un jour ?

Réponse : En tant que maintenant, Burger’s Priest n’a pas cette idée en tête. Mais, si la compagnie continnue à grandir, nous rendrons la compagnie publique sur le marché boursier.

Question : Est-ce que la plus récente augmentation de salaire a été un problème pour votre compagnie ?

Réponse : Ceci n’a pas été un grand problème, mais nous avons dû coupe quelques heures. De plus nous payons la plus part de nos employés une salaire plus haut que le minimun avant le changement, donc ceci nous a pas trop affecté.

Question : Qui sont vont compétiteurs majeurs ?

Réponse : En tant que compangie, nous voyons nos compétiteurs de deux façons : primaire et secondaire. Primaire signifie les autres compagnies de hamburger comme Harvey’s, Wendy’s et surtout McDonald’s. Secondaire signifie les autres restaurants « fast food », comme Tim Hortons ou Subway.

Question : Est-ce que ses compagnies sont une menace pour vous en tant que mondialisation?

Réponse : Oui, ces compagnies sont multipnationales et ont déjà laissé leur marque sur la scène internationale. Donc, c’est eux que nous devions garder un œil sur en tant que développement et transitions. Non seulement pour adapter à la mondialisation des nouvelles tendances, mais aussi pour que nous pouvions les dépasser et créer notre propre route vers le succès internationale.

Question : Que faites-vous en ce moment pour être en compétition avec les autres entreprises ?

Réponse : Notre bœuf est toujours frais. Nous avons notre slogan « Tu ne trouveras pas notre bœuf d’aujourd’hui dans ton burger de demain ». Ceci signifie que nous sommes toujours frais et nous avons une importation de viande à chaque jour. De plus, nous cuissons à la vente. Cela veut dire que nous mettons seulement le bœuf en cuisson lorsque c’est commandé. Cette recette apportera du succès et les autres compagnies devront modifier leurs style à le notre.

Question : Quel est l’importance d’être le compétiteur primaire dans sa propre région avant de faire une expansion nationale et même internationale ?

Réponse : C’est très important mais aussi difficile de faire ceci. Comme McDonalds, c’est une compagnie reconnu mondialement, donc c’est quasiment impossible de battre cette compagnie. Mais, ceci apporte l’importance d’une étude de cas pour trouver l’intérêt pour avoir cette expansion. Donc, oui c’est important d’être le compétiteur primaire, mais avec les compagnies monstres, je crois que c’est plus important de trouver tout son intérêt possible avant de faire une expansion.

Question : Est-ce que vous êtes assez financièrement stable pour commencer un pousse sur le marché aux États-Unis ?

Réponse : Je ne pourrais pas partager cette information avec vous, mais nous avons décidé qu’un grandissement au Canada sera une meilleure idée avant d’aller vers le Sud. Shant Mardirosian est américain, donc selon moi, il serait en bon état de craquer l’économie américaine pour commencer la mondialisation lui-même.

Question : Quelle est la différence entre le marché des vêtements et le marché de restaurant en tant que mondialisation ?

Réponse : C’est facile de distinguer cette différence pour les marchés Canadiens. Le marché des vêtements peut être très dispendieux avec la baisse du dollar canadien. Donc, les prix d’importation et d’exportation seront d’un prix plus élevé comparé aux économies externes. Tandis que pour les restaurants, la majorité des produits sont soit Canadiennes ou sinon Nord-Américaine, donc ceci rend les coûts plus basses. En tant qu’expansion mondiale, ceci favorise les vêtements parce que c’est possible de faire des transactions en ligne. Le marché de restaurants doit avoir trouver des locations, des nouveaux vendeurs pour ensuite s’installer dans un autre pays.

Question : Avec l’économie instable au Canada et le prix du dollar canadien en déclin, est-ce que c’est une bonne idée de faire du commerce international ?

Réponse : Dans mon opinion, c’est quand même favorable de faire du commerce international. Il n’est pas favorable d’y débuter avec cet économie, mais si la compagnie est en mesure de calculer ses chiffres d’affaires en calculant aussi les prix d’importation et d’exportation et que les chiffres sont quand même profitable. Pourquoi pas faire cette expansion à l’internationale.

**Résumé**

Après avoir terminé l’entrevue, j’ai remercié mon ancien employeur. Il a apporté des très bons points qui pourront être résumé dans les suivants :

* La mondialisation est inévitable chez les petites et moyennes entreprises.
* La mondialisation peut être positif en tant que les PME peuvent voir le développement deux entreprises compétiteurs et comment y comparer.
* La mondialisation peut être négatif en tant que l’économie est en changement constant et que les grosses compagnies sont en mesure de s’installer au Canada avec notre dollar en déclin.
* Les entreprises similaires ne sont pas seulement des compétiteurs, mais aussi des compagnies dont tu pourras te comparer avec.
* La mondialisation est un facteur considérable en pensant à la scène internationale.

La compagnie The Burger’s Priest semble avoir un bon futur avec des personnes conaissant. La mondialisation semble comme une menace que la compagnie sont prêt à faire face pour agrandir la compagnie et rendre meilleure leur produit à une plus grande base clientèle.

Bibliographie

Wittmeier, Brentf. « Burger’s Priest cites divine intervention, but doesn’t preach. » *The Burger’s Priest*. 11 mars, 2015. https://www.theburgerspriest.com/. Accessé le 3 avril 2018.