



PHOTO PIERRE McCANN, LA PRESSE ©

Les frères Ariel (à gauche) et Ron Shilien.

La science enseignée par le jeu

JACQUES BENOIT

Pourquoi les aimants adhèrent-ils à la porte d'un réfrigérateur ? Qu'est-ce qu'un polymère et quelles sont ses propriétés ? Comment se fait-il qu'on voit jaune... une feuille de papier jaune ?

C'est à de multiples questions du genre, à caractère scientifique, que répond The Mad Science Group, de Montréal, pour le profit des enfants de 3 à 12 ans.

Cela, en leur permettant de manipuler, en classe ou dans leur garderie, des objets ou des kits qui leur permettent de se familiariser avec les phénomènes concernés.

« Les enfants manipulent les choses, et c'est la meilleure façon d'enseigner », explique Ron Shilien, 34 ans, qui a fondé cette entreprise avec son

frère Ariel. Petite entreprise très modeste au départ, et installée pendant longtemps dans le sous-sol de leurs parents, à Saint-Laurent, elle est devenue aujourd'hui un franchiseur de premier plan, avec 185 franchisés dans le monde, dont la majorité — environ 160 — en Amérique du Nord.

« On est comme un musée des sciences qui se déplace. On va chez les gens, on ne les fait pas venir chez nous. On amène notre équipement scientifique », signale pour sa part Martin Doyon, président et propriétaire de la franchise montréalaise.

Tout cela commença en 1985, raconte pour sa part Ariel Shilien, 35 ans. « On était des enfants curieux », dit-il.

Âgés de 15 et 14 ans, les deux frères achetèrent alors, sous forme de kit, une fusée jouet, mais capable de grimper jusqu'à une hauteur de plus de 300 mètres — « 1000 pieds, dit-il, et qui redescendait avec un parachute ».

Ils répétèrent l'expérience avec des amis, puis firent l'acquisition d'un petit laser, qu'ils pouvaient ouvrir et dont ils pouvaient examiner ainsi les composantes.

Troisième trouvaille, de la glace sèche, qui est du gaz carbonique « compressé et gelé », qu'on peut faire passer de l'état solide à l'état gazeux directement — sans phase liquide.

« On a commencé avec des choses très simples et très excitantes, intéressantes pour les enfants. Les enfants sont toujours pleins de curiosité, on leur explique le monde », dit Ariel Shilien.

Au départ, l'entreprise avait un catalogue d'une demi-douzaine de jeux

ou d'expériences du genre à présenter aux enfants, comparativement, s'il faut l'en croire, à quelque 2000 à l'heure actuelle. « On investit beaucoup dans la recherche et le développement. On crée de nouvelles activités, et on en améliore d'anciennes », dit-il.

Exemple que donne Martin Doyon : avec de l'huile végétale et de la melle, les enfants, sous la direction d'instructeurs, simulent une marée noire, comme si c'était du pétrole. « Puis, on leur donne les moyens pour nettoyer : des pipettes, des cordelettes, etc., mais on les laisse trouver les solutions, c'est le but de l'exercice. »

Pour la plupart des activités mises au point au fil des ans, Mad Science est elle-même le fournisseur des composantes nécessaires, ce qui est une source additionnelle de revenus pour l'entreprise.

« Les écoles, c'est la base », dit Ariel Shilien.

Mais les franchisés ont aussi à offrir des activités de nature parascolaire, pour les anniversaires, les événements spéciaux et, enfin, les colonies de vacances.

« Par exemple, pour les anniversaires, les gens, au lieu de faire venir un clown, peuvent faire venir un scientifique », dit Martin Doyon, dont la franchise emploie « 13 ou 14 personnes à temps plein, et 40-45 à temps partiel ».

Les activités les plus demandées ? Les fusées ont toujours la cote, mais également les polymères (plastiques) et la glace sèche.

Dans le cas des polymères, on leur apprend à en fabriquer un avec des matériaux sécuritaires, à en modifier la forme, etc., note Martin Doyon.

Mad Science a aussi une division spécialisée dans la production d'activités ou de spectacles destinés à des auditoriums de plusieurs enfants, les Productions Sciences en folie, dont les frères Shilien détiennent 50 % et leur partenaire, Leonard Lipès, les 50 % restants.

« C'est cette division qui a créé le spectacle que présente la NASA à Cap Canaveral », dit Ariel Shilien.

L'entreprise a aussi des ententes supplémentaires avec la NASA, à laquelle Mad Science soumet ses projets de fusée pour que l'agence américaine les enrichisse d'éléments qui lui sont propres.

Par la suite, les fusées sont vendues avec la mention NASA. Donnant donnant...

Autre entente : celle-là avec les studios MGM, de Hollywood, qui est à produire une émission pilote, baptisée *Mad Science*, pour la chaîne NBC, laquelle doit mettre en ondes la série du même nom à l'automne 2005.

Enfin, l'entente conclue avec MGM englobe tous les produits dérivés qui pourront naître de leur association.

« La gestion au jour le jour, ce n'est pas notre spécialité », dit Ariel Shilien, directeur général de l'entreprise et qui en a cédé la présidence à Shelley Fisher en mai 2003.

Ron Shilien est pour sa part directeur, innovation.

Impossible, toutefois, de leur faire dire de quel ordre de grandeur est le chiffre d'affaires... Mais globalement, dit Ariel Shilien, l'ensemble des activités, en incluant celles des 185 franchisés, ont augmenté de 20 % au cours de la dernière année.

Mad Science est-elle rentable ? « Absolument », répond-il.

On le croit sans difficulté...

L'ENTREPRISE

The Mad Science Group

Fondation : 1993 à titre de société

Activités : Contenus éducatifs à caractère scientifique pour les enfants

Fondateurs et actionnaires : Ariel et Ron Shilien

Présidente : Shelley Fisher

Effectif : 35 à Montréal, et environ 3000 chez les 185 franchisés, dans 20 pays

Chiffre d'affaires : Inconnu

Site Internet : www.madscience.org