



Centre des affaires internationales LAVAL TECHNOPOLE

BULLETIN D'INFORMATION INTERNATIONALE



PRINTEMPS 2010

Du bois franc canadien en Chine

À l'occasion du centenaire de CA Spencer en 2008, LAVAL TECHNOPOLE avait publié un article dans son bulletin économique de l'été 2008 relatant le parcours du producteur de bois franc. À l'époque, M. Pierre Cadrin, vice-président des ventes, nous confiait que CA Spencer aurait à faire face au défi – énorme – de l'exportation dans les pays en émergence au cours des prochaines années: « Il faut être bien connecté pour s'assurer de suivre le bon filon puisque tout bouge extrêmement vite. » Deux ans plus tard, alors qu'elle se relève tranquillement de la récession, l'entreprise dresse un bilan positif de ses démarches d'exportation en Asie, et plus particulièrement en Chine.

Disons d'emblée que CA Spencer, comme toute l'industrie du bois franc locale, a durement vécu la crise économique: fermeture de ses moulins ontarien et new-yorkais, mise à pied de personnel, hausse des coûts d'approvisionnement, etc. Or, un ensemble de facteurs lui ont permis de remonter la pente. « Il faut dire que nous avons une clientèle fidèle, souligne M. Cadrin. Aussi, la notoriété de CA Spencer est bien établie, de sorte qu'il nous arrive d'être sollicités sans que nous ayons eu à faire de démarches pour aller chercher un client. Enfin, nos marchés sont diversifiés. Depuis le début des années 1980, nous sommes présents aux États-Unis et en Europe, et en Asie depuis la fin des années 1990. »

Ce n'est pas la première crise économique à laquelle fait face l'entreprise; elle a donc mis en place diverses stratégies pour en atténuer le plus possible les contrecoups et se préparer pour la relance. Elle a d'une part effectué des investissements dans ses usines de Lachute et d'Huntingville pour améliorer les opérations et la productivité et d'autre part redessiné la carte de ses exportations. En effet, depuis le début de la crise économique en 2007, CA Spencer a vu ses volumes d'exportation aux États-Unis diminuer de 20 à 10 %. Elle a donc renforcé sa présence en Asie en multipliant les missions économiques, ses participations à des foires spécialisées et ses démarches de repérage par le Web.

« Il faut cependant être à l'affût des tendances, note M. Cadrin, car elles sont très mouvantes. Lorsque nous avons commencé à exporter en Asie, les entreprises manufacturières qui achetaient nos produits étaient principalement situées à Taïwan. Quelques années plus tard, elles ont déménagé leurs installations dans le sud de la Chine continentale où la main-d'œuvre était moins chère. Aujourd'hui, on constate un mouvement de ces mêmes usines vers le Vietnam qui offre des conditions fiscales plus avantageuses. »

Mot de la directrice



Le printemps est à peine à nos portes qu'il est déjà grand temps de planifier l'automne et de déterminer nos objectifs de vente. Pour plusieurs, l'été est le moment propice pour revoir leur stratégie de développement de marchés.

Pour alimenter vos réflexions, nous consacrons ce bulletin à la Chine et au Mexique. Vous n'êtes pas sans savoir que la Chine est un acteur économique mondial de première importance. L'expérience de l'entreprise CA Spencer dans ce pays démontre qu'il est possible de profiter de la croissance que connaît ce marché et que celui-ci constitue même une alternative aux marchés traditionnels comme les États-Unis. En ce qui concerne le Mexique, nous y retournons en avril avec cinq sociétés lavalloises. Desjardins vous présente une chronique financière afin de vous informer sur les différents modes de paiement disponibles si vous exportez vos produits et services au Mexique.

Je vous propose également de consulter le coin du blogueur où l'on vous présente les opportunités de marchés d'après les prévisions d'EDC.

Bonne lecture !

Véronique Proulx, MBA

Suite à la page suivante



Suite de la page 1



CA Spencer organise la logistique du transport de ses produits vers l'Asie.

M. Cadrin constate que le marché chinois a ses particularités culturelles. Ainsi, un client chinois désirant signer un contrat avec CA Spencer préfère faire directement affaire avec une personne hiérarchiquement importante au sein de l'entreprise, comme un vice-président, plutôt qu'avec un cadre intermédiaire. Également, les dirigeants chinois apprécient lorsqu'ils peuvent rencontrer en personne leurs fournisseurs, ce qui suppose beaucoup de déplacements en période de développement. « Les Chinois sont aussi très polis, en ce sens qu'ils peuvent se montrer intéressés par vos produits seulement pour vous éviter de perdre la face, mais il ne faut rien tenir pour acquis tant qu'un contrat n'a pas été dûment signé », ajoute M. Cadrin.

Lorsqu'on lui demande quels conseils il donnerait à des exportateurs intéressés par les affaires en Chine, le vice-président des ventes de CA Spencer mentionne que la patience est de mise. « Il est primordial, estime-t-il, de prendre son temps pour choisir les personnes qui devront vous représenter sur place et, surtout, il convient de les encadrer étroitement, car ils sont très sollicités

par d'autres entreprises. » En outre, même si l'anglais est relativement bien compris de la communauté d'affaires chinoise, il peut être pratique de s'adjoindre les services d'un employé parlant le mandarin et d'adapter les outils de communication comme les dépliants, les feuillets explicatifs, etc. Aussi, les exportateurs ont intérêt à sécuriser leurs transactions en privilégiant des méthodes de paiement comme la lettre de crédit et le transfert bancaire.

Et, enfin, ultime conseil aux futurs exportateurs : la disponibilité. Laval accuse un important décalage horaire avec l'Asie, ce qui suppose d'être disponible le matin très tôt, le soir très tard, et souvent le week-end.

C'est ainsi que CA Spencer a pu s'établir en Chine et assurer une présence forte. Au cours des prochaines années, l'entreprise prévoit miser sur les pays de l'Asie du Sud... à moins que les tendances ne dessinent une tout autre carte du monde de l'exportation !



M. Pierre Cadrin, vice-président des ventes.



Pour tout renseignement sur CA Spencer, veuillez communiquer avec M. Pierre Cadrin, vice-président des ventes, au 450 622-2420, ou consulter le site Internet : www.caspencer.ca.



Les modes de paiement à l'étranger

Actuellement, gens d'affaires, de nombreuses opportunités s'offrent à vous dans plusieurs pays, notamment au Mexique. Toutefois, pour percer un marché, il est primordial d'être bien préparé.

Connaissez-vous les us et coutumes du pays visé? De quelle façon se déroule une négociation? Dans quelle langue? Dans quelle devise allez-vous négocier votre contrat? Quel sera le taux de conversion si vous recevez, par exemple, des pesos mexicains ou des dollars américains? Le système bancaire est-il fiable et bien réglementé?

De plus, quel mode de paiement allez-vous favoriser compte tenu de votre tolérance aux risques? Sur le marché mexicain, cinq modes de paiement sont généralement en usage:

- le paiement d'avance
- la lettre de crédit *stand-by*
- le crédit documentaire
- l'encaissement documentaire
- le compte ouvert

Connaissez-vous le risque associé à chacun?

Regardons-les brièvement d'un peu plus près:

Le paiement d'avance: le paiement de l'acheteur est reçu avant l'expédition de la marchandise ou la fourniture de services.

La lettre de crédit *stand-by*: il s'agit d'un crédit documentaire par lequel la banque émettrice s'engage vis-à-vis l'exportateur à le payer pour une dette contractée par l'acheteur étranger (donneur d'ordre). L'engagement de la banque émettrice est habituellement lié à une défaillance de l'acheteur dans l'exécution de son obligation de payer l'exportateur.

Le crédit documentaire: l'exportateur bénéficie de l'engagement donné par une banque pour le compte de l'acheteur (donneur d'ordre) de le payer pourvu que les conditions du crédit soient respectées. Le crédit documentaire est un mode de paiement unique et mondialement accepté pour parvenir à une transaction commercialement acceptable.

Les encaissements (simples ou documentaires): mentionnons seulement que ce mode de paiement n'offre aucune garantie.

Le compte ouvert: il s'agit d'un arrangement par lequel l'exportateur et l'acheteur étranger conviennent que les marchandises seront fabriquées et livrées avant que le paiement ne soit exigible.

Nous sommes là pour vous accompagner dans votre conquête de nouveaux marchés! Nos experts du Centre financier aux entreprises de Laval, accompagnés de ceux de la Caisse centrale Desjardins, sont disponibles pour vous conseiller et vous offrir les outils financiers qui vous permettront de négocier vos contrats en toute sécurité en contrôlant adéquatement les risques associés à chaque pays.

N'hésitez pas à communiquer avec nous.



Hélène Morin, directrice,
développement – Services internationaux
Caisse centrale Desjardins
1 866 885-2346 ou 514 292-1594



Le coin du **blogueur**

Guide des **prévisions 2010** pour les exportateurs

EDC a publié au cours de l'automne ses prévisions à l'exportation pour l'année 2010. Le tableau ci-dessous résume bien les perspectives présentées dans le document.

CROISSANCE DU PIB MONDIAL PAR MARCHÉ (en %)

Principaux marchés	Part de l'économie mondiale 2008	2008	Perspectives mondiales 2009 (p)	Perspectives mondiales 2010 (p)
ALÉNA	24,9	0,5	- 2,8	2,1
É.-U.	20,8	0,4	- 2,5	2,1
Canada	1,9	0,4	- 2,3	1,9
Mexique	2,2	1,4	- 6,5	2,5
Europe occidentale	20,2	1,0	- 4,1	0,8
R.-U.	3,2	0,7	- 4,5	1,9
UEM	15,3	1,0	- 4,2	0,6
Autres pays	1,7	0,8	- 3,3	0,2
Japon	6,3	- 0,7	- 6,0	0,7
Australie et Nouvelle-Zélande	1,3	2,1	0,2	1,8
Total Asie-Pacifique	24,5	6,8	4,7	6,5
Rép. pop. de Chine (continentale)	11,4	9,0	8,0	8,3
Inde	4,7	7,3	5,8	6,2
NEI asiatiques	3,7	2,3	- 2,6	4,1
ANASE-4	3,1	4,8	0,4	4,5
Autres pays d'Asie de l'Est et du Pacifique	0,5	6,6	4,0	4,98
Autres pays d'Asie du Sud	1,1	3,7	2,7	3,6
Europe orientale et Asie centrale	8,4	4,4	- 7,2	1,0
Russie	3,3	5,6	- 8,8	1,4
Amérique du Sud	5,8	5,3	- 0,2	2,5
Argentine	0,8	6,8	1,3	2,0
Brésil	2,9	5,1	- 0,3	1,4
Amérique centrale	0,6	3,3	- 1,2	1,4
Moyen-Orient et Afrique du Nord	4,8	5,9	1,7	3,7
Afrique subsaharienne	2,0	5,5	0,3	3,9
Pays industrialisés	54,2	0,6	- 3,4	1,6
Pays en développement	45,8	6,0	1,2	4,4
Total mondial	100,0	3,0	- 1,3	2,9

Tiré de *Vers une reprise. Prévisions à l'exportation – automne 2009*, page 12. Services économiques d'EDC, www.edc.ca/french/docs/gef_f.pdf.

Je consulte le document produit annuellement par EDC et je tiens compte de ces données lors de la planification des activités du Centre des affaires internationales. J'accorde aussi beaucoup d'importance aux besoins des clients afin de sélectionner les nouveaux marchés que nous vous ferons connaître.

Les exportateurs lavallois devraient aussi considérer ce tableau comme un guide. Globalement, c'est l'Asie, grâce à la Chine et à l'Inde, qui présente le meilleur potentiel en termes de croissance. Toutefois, il faut bien connaître vos clients et vos concurrents pour orienter adéquatement votre développement de marché. Je pense qu'il y a toujours une place pour des produits bien nichés et à valeur ajoutée, même dans un marché qui connaît une contraction.

Véronique Proulx

PRINTEMPS 2010
BULLETIN D'INFORMATION
INTERNATIONALE PUBLIÉ PAR



Centre des affaires internationales
LAVAL TECHNOPOLE

1555, BOUL. CHOMEDEY, BUREAU 100
LAVAL (QUÉBEC) CANADA H7V 3Z1
TÉLÉPHONE : 450 978-5959
TÉLÉCOPIEUR : 450 978-5970
COURRIEL : info@lavaltechnopole.com
INTERNET : www.lavaltechnopole.com/cailt

Le Centre des affaires internationales
de LAVAL TECHNOPOLE
reçoit un appui financier de :



Développement
économique Canada

Canada Economic
Development

Canada

Développement
économique, Innovation
et Exportation

Québec



CONSEILS ET RÉDACTION
INTÉGRALE
STRATÉGIE, CRÉATIVITÉ
& DÉVELOPPEMENT

Logo FSC ici