



Cherchez-vous à financer votre projet de développement de marché international ?

Par Bruno Séguin, M.Sc.
Conseiller, Centre des affaires internationales de LAVAL TECHNOPOLE

Avant d'entreprendre toute démarche de recherche de financement pour un projet de développement de marché à l'international, il est primordial de bien définir sa stratégie de commercialisation et d'élaborer un plan d'affaires internationales échelonné sur deux ans. En plus d'être exigé par les partenaires financiers, ce plan vous permettra notamment de vous fixer un échéancier, de prévoir un budget pour votre projet et d'en assurer le suivi pas à pas. Gardez toujours en tête que le développement d'un nouveau marché à l'export entraîne facilement des investissements de plus de 100 000 \$ par année et que les premières ventes à l'exportation peuvent prendre plusieurs mois, voire plusieurs années avant de se concrétiser en revenus.

Comme les dépenses de commercialisation représentent un actif intangible, les banques traditionnelles sont généralement réticentes à financer, par exemple, des déplacements à l'étranger ou de nouveaux outils promotionnels. Sans être exhaustif, le tableau suivant résume les principaux programmes visant à pallier cette lacune.

Subventions :

- Le ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation (MDEIE) offre des contributions non remboursables à la précommercialisation hors Québec. Le MDEIE peut par exemple subventionner 40 % de la réalisation d'une étude de marché ou les honoraires d'un spécialiste à l'exportation. (www.mdeie.gouv.qc.ca)
- L'Agence canadienne de développement (ACDI), par l'entremise du programme de coopération industrielle (PCI), peut subventionner une étude de viabilité (projet d'investissement) ou de faisabilité (projet d'offre de services) dans un pays en développement admissible. (www.acdi-cida.gc.ca)

Prêts

- Sous la forme d'un prêt sans intérêt, Développement économique Canada (DEC) pour les régions du Québec peut rembourser 50 % des dépenses de commercialisation admissibles. L'entreprise ne commence à rembourser que lors de la quatrième année de son projet. (www.dec-ced.gc.ca)
- La Banque de développement du Canada (BDC) offre du financement à la commercialisation, principalement sous la forme de prêts à termes. Ses solutions souples peuvent couvrir la totalité des coûts liés à votre stratégie de développement de marché étranger. (www.bdc.ca)

Garanties

- Investissement Québec (IQ) et Exportation et développement Canada (EDC) offrent, entre autres, plusieurs programmes qui permettent à la banque de réduire son risque et de consentir du financement ou des lettres de garantie pour le développement de nouveaux marchés, l'implantation à l'étranger ou la réalisation de contrats pour des clients étrangers. (www.investquebec.com / www.edc.ca)

Capital de risque

- La BDC, EDC, le CLD de Laval et d'autres organismes publics et privés peuvent vous soutenir dans votre croissance à l'aide de divers instruments financiers spécifiques (prêts participatifs, capital-actions, etc.).

N'hésitez pas à contacter **Bruno Séguin au 450 978-5956** pour discuter de votre projet. Nous pourrions vous aider à préparer votre plan d'affaires internationales et à définir vos besoins en financement, puis vous accompagner dans vos démarches auprès des différents intervenants.

AUTOMNE 2008
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

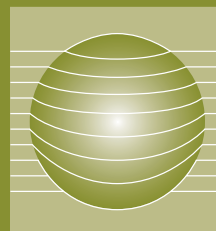
Le Centre des affaires internationales
de LAVAL TECHNOPOLE
reçoit un appui financier de :

 Développement économique Canada
 Canada Economic Development
Canada

 Développement économique, Innovation et Exportation
Québec

CONSEILS ET RÉDACTION
INTÉGRALE
STRATÉGIE, CRÉATIVITÉ
& DÉVELOPPEMENT

Logo FSC ici



Centre des affaires internationales
LAVAL TECHNOPOLE

BULLETIN D'INFORMATION INTERNATIONALE



AUTOMNE 2008

Tenrox à contre-courant

Pour certains visionnaires, la reconnaissance vient d'abord d'ailleurs. Ce fut le cas pour Tenrox en 1995, alors que l'entreprise lançait la première mouture de sa solution logicielle de gestion des projets et des ressources en entreprise. Mis en vente sur son site Internet, alors même que le Web en était à ses premiers balbutiements, le logiciel de Tenrox intéressa une première compagnie américaine. Puis, ce fut l'effet boule de neige. La petite entreprise québécoise a ainsi grandi avec le Web, séduisant de plus en plus de clients au fur et à mesure de la pénétration d'Internet au sein des compagnies à travers le monde. Aujourd'hui, Tenrox compte une centaine d'employés, plus de 800 clients actifs dans 50 pays sur les 5 continents.

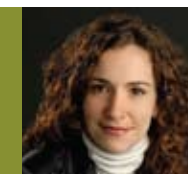
Internet a été profitable à l'entreprise pour prendre son envol et, au fil des années, conquérir de nombreux marchés. « Au début, le marketing électronique était peu onéreux. Il suffisait d'avoir un site Internet, et le monde entier pouvait découvrir vos produits. Mais aujourd'hui, avec le *pay-per-click*, un bon référencement dans les moteurs de recherche coûte très cher », affirme M. Ara Israilian, cofondateur et président de Tenrox.

Si Tenrox doit son développement à l'international à Internet, elle poursuit maintenant sa croissance par d'autres voies. La hausse des coûts des affaires électroniques d'une part et la multiplication des joueurs sur l'échiquier mondial d'autre part ont conduit l'entreprise à revisiter les méthodes de marketing traditionnelles. Ainsi, il y a trois ans, Tenrox faisait appel au **Centre des affaires internationales de LAVAL TECHNOPOLE**, qui l'a dirigée vers des ressources qui lui ont permis par la suite de développer le marché de l'Angleterre. Elle travaille également de pair avec des revendeurs et intégrateurs de solutions, en plus d'assister à des foires commerciales pour faire connaître ses produits.

L'entreprise a cependant effectué un changement de cap dans son approche marketing depuis bientôt deux ans : plutôt que d'investir de nouveaux marchés, elle a décidé de consolider sa présence dans ceux qui lui étaient déjà acquis. Pour ce faire, elle a établi un programme de partenariat de référence. Ainsi, les utilisateurs des logiciels sont rétribués lorsqu'ils les recommandent à d'autres entreprises. « Qui de mieux que les personnes qui utilisent chaque jour nos logiciels pour en parler? », soutient M. Israilian. Ainsi, à l'heure où Internet constitue un outil d'affaires incontournable, à l'heure où de plus en plus d'entreprises font du Web leur principal canal de vente, Tenrox a décidé de miser sur le bouche-à-oreille. Et ça fonctionne ! À ce jour, elle a versé quelque 210 000 \$ en commissions à ses divers partenaires.

En basant son marketing sur les recommandations de ses clients, Tenrox devait absolument s'assurer d'offrir un produit performant et un soutien à la clientèle indéfectible. La suite logicielle de six modules présente plusieurs avantages concurrentiels. Parce qu'elle est développée et continuellement enrichie depuis plus de 10 ans, elle comporte une gamme exceptionnellement riche de fonctionnalités et un environnement facile

Mot de la directrice



Le Centre des affaires internationales vous a préparé un calendrier d'automne riche en événements.

D'une part, trois formations vous sont offertes. Les thématiques abordées visent principalement à aider les entreprises à se renouveler dans un contexte économique caractérisé notamment par la globalisation des marchés, la force du dollar canadien et la crise immobilière américaine. D'autre part, une mission commerciale aux Émirats arabes unis aura lieu du 14 au 21 novembre prochains.

Parallèlement à la coordination de ces événements, le Centre des affaires internationales s'est doté de nouveaux outils qui seront d'une grande utilité pour les entreprises qui s'activent à l'international. Vous pouvez donc maintenant naviguer dans son site Web (www.lavaltechnopole.com/cailt) où vous trouverez deux nouvelles fiches techniques sur l'international ainsi qu'un répertoire Web des services et aides financières offerts aux entreprises. Comme vous pouvez le constater, le Centre des affaires internationales redouble d'ardeur afin d'appuyer les entreprises lavalloises dans leurs démarches d'internationalisation.

Je vous invite par ailleurs à découvrir dans ce bulletin le succès de Tenrox sur les marchés étrangers, à prendre connaissance des différents outils de financement à votre disposition, de même qu'à lire les chroniques de nos partenaires et le topo sur l'internationalisation des entreprises lavalloises.

Bonne lecture !

Véronique Proulx, MBA

Suite à la page suivante



Zoom sur les activités internationales de nos entreprises

L'internationalisation des entreprises est un phénomène important en regard de l'économie lavalloise et, dans une plus large mesure, de l'économie québécoise. En effet, nombreuses sont les entreprises sur le territoire de Laval à exporter leur marchandise et/ou à s'approvisionner à l'international. Voici donc un petit portrait des exportations pour la région de Laval. Dans la prochaine édition, nous dresserons le portrait des activités d'approvisionnement à l'international.

Faits saillants sur l'exportation¹

Avec ses 379 entreprises exportatrices, Laval se classe au 6^e rang québécois des villes exportatrices en termes de nombre. Les biens vendus sur les marchés étrangers représentent 1 milliard de dollars CDN, ce qui positionne Laval au 11^e rang des villes exportatrices en termes de valeur des marchandises. La différence entre les deux classements s'explique principalement par la nature des entreprises lavalloises. En effet, les plus grands exportateurs sont des entreprises manufacturières, lesquelles génèrent généralement plus de revenus que les entreprises de services. À l'échelle du Québec, elles sont garantes de 76 % de la valeur totale des exportations, par rapport à 59 % dans le cas de Laval.

En ce qui concerne le nombre d'employés des entreprises manufacturières exportatrices, Laval rejoint la moyenne québécoise : 95 % d'entre elles ont moins de 200 employés, comparativement à 94 % pour le Québec.

Les principaux marchés de nos exportateurs sont l'Europe, le Japon, le Mexique, l'Amérique du Sud et, en tête de liste, les États-Unis. Ces derniers sont le marché d'exportation privilégié et unique de 63 % des entreprises exportatrices lavalloises, ce qui rend ces dernières fortement vulnérables aux soubresauts de l'économie américaine. Le **Centre des affaires internationales de LAVAL TECHNOPOLE** va toutefois travailler à diversifier les marchés des exportateurs lavallois. Autres statistiques intéressantes : 88,5 % exportent aux États-Unis, mais également dans d'autres marchés, tandis que 19 % exportent hors États-Unis.

Les exportations dynamisent sans conteste l'économie lavalloise. Au Québec, elles représentent plus de 50 % du PIB et près de 30 % des emplois. Il y a tout lieu de croire que ces données sont proportionnellement similaires pour Laval.

Marchés d'exportation	Nombre d'entreprises exportatrices
États-Unis	239
Europe	85
Amérique du Sud	21
Japon	12
Mexique	12
Autres	93

¹ Les données sur l'exportation proviennent de l'Institut de la statistique du Québec pour l'année 2005.

Suite de la page précédente

d'utilisation. La plateforme est offerte en français, en anglais et en espagnol. M. Israïlian précise cependant que la langue n'est pas le seul aspect des logiciels à modifier lorsqu'il s'agit de les offrir dans d'autres marchés. « Chaque pays a son propre cadre réglementaire qui suppose des ajustements sur le plan de la programmation. Par exemple, pour la France, il faut tenir compte que la semaine de travail est de 35 heures. »

Cependant, pour M. Israïlian, le succès de Tenrox est entièrement attribuable à ses ressources humaines. « Les gens derrière les logiciels sont à la base de tout, affirme le président. Pour qu'ils puissent donner le meilleur d'eux-mêmes, nous devons leur offrir le meilleur. Plus de 80 personnes travaillent dans nos bureaux de Laval; nous trouvons important de leur offrir un environnement sain et agréable. C'est pour cette raison que nous avons aménagé, notamment, un gymnase de

325 mètres carrés. » Telle est la réponse de Tenrox à la pénurie de main-d'œuvre qui se fait de plus en plus sentir dans le secteur de l'informatique. Toujours à la recherche de professionnels talentueux et dynamiques, l'entreprise met tout en œuvre pour favoriser la rétention de son personnel, sans qui il n'y a point d'affaires.



Pour tout renseignement sur Tenrox, veuillez communiquer avec M. Ara Israïlian, président, au 450 688-3444, poste 4400, ou consulter le site Internet : www.tenrox.com.

Surveillez nos prochaines chroniques :



L'exportation sans souci grâce à Euler Hermes

Vous songez à accroître vos parts de marché dans un pays, mais l'instabilité du climat politique vous freine? Vous voudriez augmenter la valeur de vos ventes auprès de vos clients actuels et potentiels, mais vous craignez leur insolvabilité? L'assurance-crédit peut être la solution à ce type d'impasses. En minimisant les risques commerciaux, elle permet aux exportateurs de continuer à canaliser leurs efforts sur le développement des affaires, et non pas sur les contrariétés administratives liées à la gestion des comptes.

Euler Hermes, leader mondial de l'assurance-crédit en affaires depuis 85 ans, s'est associé au Réseau des commissariats à l'exportation du Québec (RECOMEX), à ses membres et à ses associés à titre de commanditaire et de partenaire pour offrir aux exportateurs sa police d'assurance-crédit Marchés multiples. Ce contrat protège les comptes clients contre le non-paiement, les retards de paiement et l'insolvabilité causés par les pertes liées aux événements commerciaux et politiques, que ce soit à l'étranger ou sur le marché domestique. Ses analystes, présents dans 51 pays, restent à l'affût de tout changement risquant d'affecter la solvabilité de vos clients existants et potentiels, soutenant ainsi vos décisions concernant le crédit.

Le contrat Marchés multiples offre plusieurs avantages : accès direct en ligne, aucun rapport de vente mensuel à soumettre et, surtout, un taux uniformisé, peu importe votre chiffre d'affaires ou le nombre de pays dans lesquels vous transigez. L'assurance-crédit, parce qu'elle constitue également une protection pour vos créanciers, permet d'obtenir de meilleures modalités de financement et un fonds de roulement plus important auprès des institutions financières.

Il ne vous reste plus qu'à analyser la rentabilité d'un investissement minimal pour vous assurer d'une tranquillité d'esprit inestimable dans un contexte économique instable...



Pour tout renseignement sur le contrat Marchés multiples d'Euler Hermes Canada, veuillez communiquer avec M. Patrick Dowd, agent, au 450 965-9114 ou par courriel à patrick.dowd@eulerhermes.com.

Un monde d'opportunités pour ceux qui se distinguent

Plusieurs entreprises québécoises exportatrices, dont la stratégie de commercialisation repose essentiellement sur un avantage de prix, voient depuis quelque temps leur volume de ventes et leur marge de profit diminuer en raison, notamment, de la vigueur de la devise canadienne. Or, dans un contexte d'économie globale, cette stratégie n'est guère viable. Aussi beaucoup d'entreprises se tournent-elles vers l'amélioration de leur productivité pour redevenir concurrentielles.

L'amélioration de la productivité passe par la révision des processus de l'entreprise. À terme, cette révision, conjuguée à la créativité et à l'audace, permettra de fabriquer un meilleur produit, de développer un avantage concurrentiel ou encore d'optimiser les opérations. En d'autres mots, pour s'illustrer sur les marchés internationaux, l'exportateur doit proposer des solutions novatrices et adapter sa marchandise en fonction des attentes du client, et cela, tout en maintenant la qualité de ses produits et en se conformant aux exigences du pays importateur. Ainsi, en se forgeant une offre difficilement copiable, l'entreprise favorise la reconnaissance de ses produits de façon unique partout dans le monde et multiplie ainsi les opportunités d'affaires.

Par exemple, à chacune des étapes de ses opérations les plus performantes, l'entreprise exportatrice propose des produits

finis, non finis ou des composants qui sont un élément de solution au processus de fabrication de ses clients.

Puis, elle attribue des avantages concurrentiels aux produits qu'elle a su développer grâce à son expertise et en faisant preuve d'innovation.

Les avantages concurrentiels les plus souvent recherchés sont :

- les économies des coûts de la main-d'œuvre;
- la réduction des coûts d'énergie;
- la maximisation des opérations manufacturières;
- des emballages non énergivores et recyclables;
- la maximisation des chargements pour le transport.

Passer de la performance à l'excellence : un défi irrésistible et incontournable pour les entreprises de classe mondiale !

BIENVENUE STRATÉGIES CONSEILS

Pour tout renseignement sur l'amélioration de la productivité, veuillez communiquer avec Mme Édith Bienvenue, présidente, au 450 446-6382 ou par courriel à bsc@videotron.ca.