



Centre des affaires internationales LAVAL TECHNOPOLE

BULLETIN D'INFORMATION INTERNATIONALE



HIVER 2009-2010

Des outils informatiques de classe mondiale au service de la didactique

Lorsqu'ils ont fondé Robotel en 1986, MM. Étienne Bouchard et François Larochelle avaient déjà une vision internationale de leur entreprise; ils savaient bien qu'avec un tel produit, unique en son genre, le monde était à leur portée... Et ils avaient raison. Aujourd'hui, c'est 96 % de leur production qui est exportée partout dans le monde.

Chez Robotel, installée à Laval depuis 1991, une vingtaine d'ingénieurs et d'informaticiens conçoivent les systèmes didactiques SmartClass qui optimisent l'efficacité et l'interactivité des séances de travail assisté par ordinateur en permettant d'interconnecter l'ensemble des ordinateurs d'une salle de classe. Ceci permet au professeur de gérer, de son poste, tous les ordinateurs de la salle. Il peut ainsi transmettre des images et du son de n'importe quel poste vers n'importe quel autre, faire des présentations, observer le travail des élèves, créer des équipes, etc. Il peut même prendre le contrôle du poste d'un élève pour lui montrer comment utiliser différentes applications, et ce, dans n'importe quel domaine de formation, que ce soit dans les laboratoires informatiques, pour la conception de jeux vidéo, l'édition de films, l'animation, etc., ou dans les salles de formation des centres d'appels.

Mais là où Robotel se démarque de ses concurrents, qui sont le plus souvent spécialisés soit en matériel, soit en logiciel, c'est par la combinaison de cette couche matérielle permettant l'interconnexion des ordinateurs avec une couche logicielle spécialisée pour les laboratoires d'apprentissage des langues. Robotel arrive ainsi à fournir un environnement plus stable et plus performant : transmission de l'image plus rapide, à plus haute résolution, meilleure qualité de son, matériel facilement utilisable avec des logiciels fournis par d'autres producteurs, et ce, sans conflits. De plus, les systèmes SmartClass demeurent compatibles avec chaque nouvelle génération d'ordinateurs.

« Nos produits sont très spécialisés et ils visent des marchés très spécifiques, comme celui des centres d'appels et celui de l'éducation. Il faut trouver des distributeurs spécialisés qui ajouteront simplement notre produit à la liste des produits qu'ils distribuent déjà. Trouver un bon distributeur, c'est la clé du succès pour s'établir dans un nouveau marché, explique M. Bouchard. Dans tous les cas, différents types de partenariat sont possibles. »

Robotel commence à développer son réseau de distribution international dès 1988 aux États-Unis, d'abord en collaborant avec des représentants directs pour ensuite créer une filiale au Missouri, qui travaille avec des distributeurs régionaux, un par État. Elle continue en Asie en 1991; son

Suite à la page suivante

Mot de la directrice



Mission accomplie !

L'année 2009 s'est avérée prolifique pour le **Centre des affaires internationales**. En effet, dans notre désir d'aider les entreprises à aller de l'avant pendant la récession économique et à se préparer en vue de la reprise, nous avons mis en place plusieurs nouveaux services qui ont fort bien été accueillis par les entreprises lavalloises. Par ailleurs, le taux de participation des dirigeants à nos diverses activités témoigne de la pertinence et de la qualité de nos interventions.

Le **Centre des affaires internationales** est fier de pouvoir participer au rayonnement international des entreprises d'ici. Je tiens à vous remercier, en mon nom et celui de toute l'équipe, d'avoir choisi Laval, de refaire année après année le choix de Laval, et de nous faire confiance pour vous aider à internationaliser vos affaires. Nous sommes heureux de contribuer à votre succès !

Je vous invite donc à prendre connaissance de notre bilan à la page suivante.

Au plaisir de vous revoir en 2010 !

Véronique Proulx, MBA



Suite de la page 1

représentant, situé à Kuala Lumpur, couvre tout le territoire de l'Asie du Sud-Est. Puis, en 1995, elle tente l'aventure en Europe, qui devient rapidement son principal marché avec plusieurs distributeurs nationaux, un en France, un en Allemagne, un en Angleterre, etc. L'année suivante, au Moyen-Orient, le distributeur, basé à Dubaï, s'occupe de tous les pays du Golfe. Finalement, Robotel s'implante en Amérique du Sud en 2002.

Les partenaires locaux aident leurs clients à définir leurs besoins, installent le matériel, forment les utilisateurs et assurent le service après-vente. Ils sont solidement épaulés par les services de formation et de soutien technique de Robotel, qui organisent régulièrement des stages de formation pour ses représentants, ici à Laval. « Il faut aussi être présent sur le terrain régulièrement, cela permet de solidifier les liens, de développer une relation à long terme », ajoute M. Bouchard.



Laboratoire de langues dont l'infrastructure logicielle a été fournie par Robotel.

Robotel fournit également à ses partenaires un soutien en marketing et des outils promotionnels, certains résolument modernes, comme l'utilisation de Google AdWords dans 45 pays, et d'autres plus traditionnels, comme le financement de salons spécialisés en éducation partout à travers le monde. Pour Robotel, ces salons spécialisés sont les lieux privilégiés pour rencontrer de futurs partenaires.

Et il y en aura, car le contexte économique mondial change vite. Certains pays, comme la Chine et l'Inde, se développent rapidement et ont de plus en plus de pouvoir d'achat. L'entreprise, qui travaille au développement de solutions adaptées pour des marchés plus sensibles aux prix, commence déjà à y connaître certains succès.

L'équipe de Robotel s'active aussi au développement de nouvelles technologies, comme la conception d'une plateforme de matériel fonctionnant avec les nouveaux standards vidéo DVI ou, du côté logiciel, à fournir à l'étudiant un accès Internet aux ressources de langues pour qu'il puisse continuer de travailler à la maison. En somme, toute une gamme de produits fiables et conviviaux qui enrichissent l'outillage pédagogique de la planète.



Pour tout renseignement sur Robotel, veuillez communiquer avec M. Étienne Bouchard, président, au 450 680-1438, ou consulter le site Internet : www.robotel.ca.

Bilan de l'année 2009

L'année 2009 a été une bonne année pour les entrepreneurs lavallois. Le **Centre des affaires internationales** a poursuivi son mandat auprès des entreprises en développant un nouveau service en chaîne d'approvisionnement international et logistique et en mettant en place deux réseaux sociaux ainsi qu'un blogue dédiés aux entrepreneurs.

Le service en chaîne d'approvisionnement international et logistique vise à améliorer la compétitivité des entreprises en optimisant l'ensemble des maillons de la chaîne d'approvisionnement. En place depuis février, ce service a déjà permis à plus de 60 entreprises d'obtenir des conseils en la matière.

De plus, le **Centre des affaires internationales** a contribué à l'augmentation des ventes internationales des entreprises clientes, lesquelles ont atteint 2,5 M\$. Grâce à ses services-conseils, le **Centre des affaires internationales** a permis aux entreprises d'obtenir 1,2 M\$ en financement, ce qui a généré un investissement de plus de 3 M\$ en développement de nouveaux marchés. Globalement, le **Centre des affaires internationales** a travaillé avec plus de 200 dirigeants et représentants d'entreprises qui estiment leurs retombées à plus de 15 M\$.

L'équipe des chroniqueurs:





Avez-vous bien lu et accepté les **termes et conditions standards** de vente de vos **fournisseurs internationaux** ?

Les soumissions, bons de commandes et factures provenant de vos fournisseurs internationaux et locaux comportent généralement, à l'endos, les « termes et conditions standards », que vous n'avez sans doute jamais lus. Ce sont cependant les modalités suivant lesquelles votre fournisseur est prêt à vous vendre ses produits et services.

Si vous n'êtes pas d'accord avec l'une ou plusieurs clauses, vous devez donc les refuser, y effectuer des changements ou imposer les vôtres.

En cas de différend entre votre fournisseur et vous, les tribunaux se pencheront sur le va-et-vient de vos échanges pour déterminer les clauses finalement acceptées formellement ou implicitement par les deux parties. Il est donc important d'être clair sur ce que l'on accepte, modifie et refuse. Les négociations peuvent se dérouler par simple échange de courriels et de télécopies, par exemple, sans que les deux parties aient signé un contrat en bonne et due forme.

Si vous n'avez apporté aucun changement au « termes et conditions » soumis par votre fournisseur, les tribunaux canadiens et québécois vous reprocheront votre négligence et concluront que vous avez tacitement accepté les clauses de votre fournisseur, surtout après plusieurs transactions avec celui-ci. À vous de faire votre contre-offre pour constituer le contrat finalement accepté par les deux parties.

Parmi ces clauses, mentionnons la garantie, les intérêts en cas de retard de paiement, les clauses « just-in-time », les Incoterms, etc. Mais attention tout particulièrement à celles sur la loi applicable pour interpréter le contrat, généralement celle du pays où est situé le siège social du fournisseur et celle donnant juridiction aux tribunaux étrangers du fournisseur ou prévoyant un arbitrage en cas de litige.

Si vous ne faites pas changer ces clauses, vous serez seul devant les tribunaux canadiens à vous défendre contre un client insatisfait d'un produit défectueux, par exemple, et devrez tenter une nouvelle poursuite à l'étranger ou en arbitrage pour vous faire indemniser par votre fournisseur. Ainsi en ont décidé la Cour suprême du Canada et la Cour d'appel du Québec.

Vérifiez et négociez donc bien ces clauses ! Elles sont importantes pour votre entreprise, d'autant plus si la qualité des produits de vos fournisseurs internationaux laisse parfois à désirer...

**jolicœur
lacasse**
AVOCATS

© 2009, M^e Micheline Dessureault
Joli-Cœur Lacasse, s.e.n.c.r.l., avocats
Affiliation internationale Pannone Law Group, g.e.i.e.
Montréal, Québec, Trois-Rivières
Tél. : 514 871-2800 – 418 681-7007 – 819 379-4331
micheline.dessureault@jolicoeurlacasse.com

Voici quelques-unes des activités réalisées :

- Dans le cadre des réseaux sociaux, dix petits-déjeuners ont été réalisés, soit cinq pour le volet exportation et cinq pour le volet chaîne d'approvisionnement.
- Deux missions commerciales ont été tenues : une mission au Texas dans le secteur de la construction et une mission virtuelle multisectorielle au Brésil.
- Trois formations-coachings ont été mises sur pied : la première portant sur le développement de nouveaux marchés, la deuxième traitant du phénomène Internet et la façon de

maximiser son utilisation pour augmenter ses ventes et la troisième touchant la chaîne d'approvisionnement international.

- Un dîner-conférence a permis d'accueillir la firme costaricaine Edificar, qui est également présente sur le marché panaméen.
- Un séminaire d'information sur la veille internationale a également été tenu.

Le coin du **blogueur**

Compte rendu de la conférence sur la clause « Buy American » et le plan de relance de l'Administration Obama

J'ai eu l'occasion d'assister, en juin dernier, un très éclairant colloque sur le plan de relance (www.recovery.gov) de l'Administration Obama et sur l'impact de la clause « Buy American » visant l'accès aux marchés publics américains par les entreprises canadiennes.

Le colloque a été organisé par le ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation (MDEIE) et regroupait plusieurs experts américains qui ont donné des conférences sur quatre aspects clés du plan : l'énergie et l'environnement, les infrastructures et le transport, la sécurité et la défense, ainsi que la santé et les technologies de l'information.

Des différents exposés, nous pouvons retenir qu'en effet, le plan de relance a engagé des dépenses importantes dans plusieurs secteurs, mais qu'en raison de cette clause, les manufacturiers canadiens risquent pour l'instant de se retrouver presque complètement écartés de plusieurs projets. Il est important de préciser ici que la clause ne touche que les projets financés à partir des fonds du plan de relance, lesquels ne représentent en fait qu'une part relativement modeste de l'ensemble du budget fédéral.

Voici les grands principes de la clause « Buy American » :

- 1- Lorsqu'un projet est financé directement par le gouvernement fédéral, la clause ne s'applique que si le coût total du projet est de moins de 7,4 millions \$ US et qu'il s'agit d'un projet de construction. Pour les projets financés par un État, un comté ou une municipalité à partir des coffres du fédéral, la clause s'applique, peu importe la valeur du projet. Précisons que la grande majorité des projets financés par le Recovery Act ne sont pas gérés directement par le fédéral.
- 2- La clause spécifie que si un projet est financé en totalité ou en partie par les fonds du plan de relance, il faut absolument que la totalité des biens manufacturés utilisés dans le projet, ce qui inclut l'acier et le fer, soit fabriquée aux États-Unis. On exclut ici l'équipement de construction, la clause ne touchant que les produits faisant partie de la structure construite ou laissés sur le site une fois la construction

terminée. Un produit est considéré comme fabriqué aux États-Unis si le contenu américain dépasse 50 % de la valeur totale du produit fini. Un fabricant de composantes de relativement faible valeur vendues à des OEM (*Original Equipment Manufacturer*) ne sera pas nécessairement touché, sauf si son client doit remplacer les composantes en question par des équivalents américains afin de faire diminuer sa proportion de contenu étranger.

- 3- Dans tous les types de projets, on retrouve trois possibilités d'exemption. Si une entreprise canadienne est capable de démontrer qu'elle se qualifie pour une des exemptions, elle pourra faire partie des fournisseurs admissibles à un projet. C'est au donneur d'ordre d'en faire la démonstration aux instances gouvernementales; il faudra donc le prendre par la main pour s'assurer qu'il obtiendra l'exemption. Voici les trois possibilités :

- a) le produit n'est pas disponible en quantités suffisantes aux États-Unis;
- b) l'achat d'un produit américain augmentera la valeur totale du projet de plus de 25 %;
- c) l'application de la clause irait à l'encontre de l'intérêt public.

Une des principales conséquences de cette clause pour les PME québécoises est que certains clients américains pourraient devenir craintifs par rapport aux fournisseurs canadiens afin de ne pas perdre l'accès aux lucratifs contrats du plan de relance. Avant de négocier avec un client potentiel, il sera donc important de bien comprendre pourquoi il peut acheter vos produits et, si nécessaire, l'aider dans ses démarches afin d'obtenir une exemption lui permettant d'intégrer vos produits à son offre.

Pour l'article complet sur le plan de relance américain, consultez le blogue du CAILT : www.lavaltechnopole.com/cailt

HIVER 2009-2010
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