



Centre des affaires internationales LAVAL TECHNOPOLE

BULLETIN D'INFORMATION INTERNATIONALE



PRINTEMPS 2009

Technologies 20-20 : plan d'action anticrise

Technologies 20-20 est le plus important fournisseur au monde de solutions logicielles de conception, d'affaires et de fabrication assistées par ordinateur adaptées aux secteurs du design d'intérieur et de l'ameublement. Les commerçants et détaillants utilisent ses produits, que ce soit sur un poste d'ordinateur ou sur le Web, pour les marchés résidentiels et commerciaux. Ses solutions sont accessibles en 23 langues, vendues dans 90 pays et comptent quelque 150 000 utilisateurs. Avec des filiales dans 12 pays, Technologies 20-20 emploie plus de 590 personnes.

Évidemment, étant donné le marché dans lequel elle évolue, l'entreprise a rapidement compris qu'elle allait être directement touchée par le dégonflement de la bulle immobilière d'une part et la crise économique mondiale qui allait suivre d'autre part. Un plan d'action pour contrer le ralentissement attendu des ventes devait donc être mis en place rapidement.

« Dans un premier temps, comme les salaires représentent une grande proportion des dépenses, nous avons malheureusement dû procéder à une réduction du personnel », avoue non sans émotion M. Jean Soucy, directeur des ventes internationales. Or, en obtenant moins de contrats, l'entreprise a aussi moins de tâches pour occuper son personnel. « Mais plus qu'une restructuration de personnel, nous avons aussi revu tous nos processus et nos structures de coûts », ajoute M. Soucy.

Dans la foulée des changements, Technologies 20-20 a aussi révisé sa stratégie de vente. « Nous avons redirigé nos efforts vers les PME puisqu'elles semblent moins sensibles aux fluctuations macro-économiques. Les grandes entreprises, qui habituellement génèrent l'essentiel de nos revenus, ont mis leurs projets d'acquisition en attente en raison de l'incertitude économique ambiante. Les PME, qui profitent de la frilosité des gros joueurs ou qui sont tout simplement soumises à une réalité économique différente, sont un type de clientèle qui nous a permis de compenser le manque à gagner des derniers mois », poursuit M. Soucy.

La diversification de ses marchés verticaux est aussi un élément qui figure au plan d'action de l'entreprise. Depuis toujours, les logiciels de Technologies 20-20 permettaient, pour le secteur commercial, de faire l'aménagement d'espaces à bureaux; depuis peu, elle a lancé des logiciels permettant d'aménager des aires de travail comme les laboratoires. Pour le secteur résidentiel, ses logiciels visaient la cuisine et la salle de bain; aujourd'hui, ils intègrent la chambre à coucher et le bureau à domicile. Alors qu'elle avait couvert jusqu'ici tous les besoins des designers, elle se lance maintenant dans les solutions pour les manufacturiers. L'entreprise ajoute donc à ses marchés traditionnels des créneaux voisins.

Suite à la page suivante

Mot de la directrice



L'année 2008 a été, malgré la morosité économique ambiante, une année somme toute enrichissante pour l'ensemble des entreprises lavalloises exportatrices, comme le démontre le bilan que vous retrouverez en page 3. Le tissu économique lavallois est diversifié et plusieurs entreprises ont des produits bien nichés, ce qui explique leur bonne performance globale.

2009 s'annonce toutefois plus difficile puisque, partout dans le monde, les entreprises subissent les contrecoups de la récession américaine. Et comme un climat de frilosité économique incite généralement à prendre le recul nécessaire pour reconsidérer ses processus d'affaires et ses fournisseurs, l'occasion est idéale pour renforcer votre présence auprès de vos clients potentiels.

Profitez du ralentissement pour réviser vos stratégies et vos marchés. Plusieurs pistes de solutions vous sont proposées dans ce bulletin.

Bonne lecture !

Véronique Proulx, MBA

Le Centre des affaires internationales de LAVAL TECHNOPOLE est heureux d'accueillir M. Samir Naoum au sein de son équipe, où il occupera le poste de conseiller. Il veillera entre autres choses au déploiement du nouveau service d'optimisation et de gestion de la chaîne d'approvisionnement international.

www.lavaltechnopole.com/medias/communiqués



Exporter... malgré l'incertitude économique

Avez-vous le temps et les ressources financières nécessaires pour développer un marché d'exportation? Malgré le contexte économique actuel, exporter peut être une décision d'affaires tout aussi satisfaisante que profitable, à condition bien sûr d'effectuer tout le travail de préparation pour protéger vos investissements.

Comme pour tout grand projet, l'exportation présente autant de possibilités que de défis. Les possibilités? Augmentation du chiffre d'affaires, rentabilité accrue, vulnérabilité réduite (en diversifiant vos activités à l'étranger), acquisition de connaissances et d'expérience ainsi que compétitivité globale.

Naturellement, vous devrez relever différents défis, notamment: rentabiliser les coûts de démarchage, intégrer certaines différences culturelles, établir le niveau de motivation (le temps, les efforts et les ressources à consacrer pour établir votre présence). Et une autre question capitale s'impose: comment exporter en toute quiétude?

Un programme d'assurance-crédit EULER HERMES peut vous aider.

Offrir des termes de vente plus flexibles, obtenir de meilleures conditions d'emprunt et, surtout, rehausser le profil de crédit de vos clients ne sont que quelques-uns des avantages dont vous bénéficiez.

En toute honnêteté, l'industrie de l'assurance-crédit est elle aussi affectée par le présent choc économique. Le nombre accru de demandes d'indemnisation est la cause directe de l'augmentation des primes ainsi que de la réduction du taux d'acceptation de couverture. Il est donc essentiel pour la survie de votre entreprise d'identifier clairement le profil de vos acheteurs potentiels pour ainsi réduire les risques de non-paiement liés aux marchés étrangers.

Somme toute, faire face à une économie globale incertaine ne vous contraint pas à limiter ou même à mettre de côté vos projets d'exportation. Bien au contraire, il s'agit là d'une occasion toute choisie de revoir vos stratégies et votre philosophie en ce qui concerne ces importantes démarches.



Patrick Dowd, agent, Euler Hermes Canada
Tél.: 450 965-9114

Courriel: patrick.dowd@eulerhermes.com



La pièce a été conçue à l'aide du logiciel 20-20 Design, puis l'image rendue dans le logiciel interactif Web 20-20 Virtual Showroom.

Suite de la page précédente

Tel se dessine dans ses grandes lignes le plan de Technologies 20-20. Mais l'entreprise voit loin, car en plus d'affronter la situation économique actuelle, elle se prépare pour la reprise économique. Selon M. Soucy, les premiers signes de reprise devraient apparaître vers la fin de 2009 dans les économies émergentes comme l'Inde, la Chine et les pays du Golfe. «C'est que les populations y sont moins endettées qu'aux États-Unis, ce qui devrait permettre une reprise de la consommation plus rapidement», explique-t-il.

L'entreprise s'assurera donc de faire valoir sa présence dans ces marchés au moment opportun, ce qu'elle a d'ailleurs entrepris en participant à la mission commerciale aux Émirats arabes unis organisée par le **Centre des affaires internationales de LAVAL TECHNOPOLE**.

«Une crise économique n'a pas que de mauvais côtés, estime M. Soucy. C'est une période qui nous permet de prendre du recul pour nous améliorer, pour trouver de nouvelles façons de faire, de nouvelles idées. La créativité est énormément stimulée. On se prépare donc pour l'avenir.»



Pour tout renseignement sur Technologies 20-20, veuillez communiquer avec M. Jean Soucy, directeur des ventes internationales, au 514 332-4110, ou consulter le site Internet: www.2020technologies.com.

Merci à nos
chroniqueurs:



BIENVENUE STRATÉGIES CONSEILS



Les services internationaux sur Accès D Affaires : pour une rapidité et une efficacité accrues

Le téléphone sonne. Une entreprise m'informe que son fournisseur lui offre un escompte substantiel à l'achat d'un produit puisque celui-ci cesse la production de cette ligne. Condition ? Recevoir rapidement un paiement. « Avez-vous une solution pour nous ? Les institutions financières sont fermées à cette heure, mais nous voulons profiter de cette occasion... »

Ou encore : « Je suis à l'extérieur et j'ai oublié de signer les chèques, mais il faut absolument que mon fournisseur soit payé... Et, comble de malheur, je ne suis pas passé à mon institution financière pour changer mes devises canadiennes en devises américaines. Que faire ? »

Nous avons la solution pour vous ! Quel que soit l'endroit où vous vous trouvez dans le monde, si vous avez accès à un ordinateur, c'est réglé ! Les services en ligne sur Accès D Affaires, les transferts de fonds internationaux (TFI) de même que les virements interdevises connaissent, depuis leur lancement en 2004, un franc succès !

La fonction TFI permet aux entreprises membres d'expédier des fonds vers n'importe quelle destination dans le monde, incluant bien sûr le Canada. Quant au virement interdevises (VID), il vous permet d'effectuer vos transactions de change en devises canadiennes et américaines en temps réel et en un seul clic. Plus besoin de se déplacer pour effectuer ces transactions, plus besoin de décrocher le téléphone. Imaginez l'économie de temps et le gain d'autonomie !

Vous hésitez à utiliser Internet ? Sachez que depuis maintenant sept ans, notre site Internet, www.desjardins.com, occupe le top 3 des 25 meilleurs sites destinés aux consommateurs québécois. Ce palmarès, appelé l'Indice Sécor-Commerce, est publié chaque année par Sécor et reconnaît, outre Desjardins, la qualité et la sécurité transactionnelle de sites Internet d'entreprises telles Air Canada, Bell, Radio-Canada et Vidéotron.

Pour vous aider à maximiser l'utilisation des fonctions internationales sur Accès D Affaires, n'hésitez pas à communiquer avec moi ; il me fera un grand plaisir de participer à l'amélioration de la performance de votre entreprise.



Desjardins

Hélène Morin
Directrice, développement des services internationaux
Caisse centrale Desjardins
Tél. : 1 866 885.2346, poste 2
Courriel : helene.morin@ccd.desjardins.com

Bilan des entreprises exportatrices lavalloises et du Centre des affaires internationales

En 2008, les entreprises lavalloises exportatrices ont connu, malgré le contexte économique difficile, une bonne année. Voici quelques données pour illustrer ce propos :

- 3,25 M\$ d'augmentation des ventes¹ à l'international pour les entreprises qui ont bénéficié de nos services;
- 7,45 M\$ de retombées estimées suite à l'utilisation de nos services;
- 12 entreprises ont commencé à exporter avec notre aide;
- 17 entreprises ont diversifié leurs marchés d'exportation avec notre appui.

Ces résultats font suite à de nombreuses interventions auprès des entreprises :

- 98 sociétés ont été accompagnées sur une base individuelle, dont certaines à plus d'une reprise;
- 8 mandats d'accompagnement ont été réalisés;
- 2 missions et 7 formations ont été organisées.

Globalement, plus de 200 dirigeants d'entreprises ont bénéficié de nos services au cours de l'année. Près de 50 % des entreprises ayant eu recours à nos services l'ont fait à plus d'une reprise, ce qui illustre bien l'appréciation et l'intérêt que portent nos entreprises à nos services.

Notons que le **Centre des affaires internationales** agit en étroite collaboration avec les gens du milieu. En 2008, plus de 90 clients ont été recommandés à divers partenaires.

Comme vous pouvez le constater, le **Centre des affaires internationales** contribue grandement à la création de richesse à Laval, et ce, grâce au dévouement de l'équipe pour assurer le succès des entreprises lavalloises.

En 2008, nous avons mis notre créativité à l'œuvre pour appuyer les entreprises qui exportaient dans un contexte de récession. Nous redoublerons d'efforts en 2009 pour vous aider durant cette période de turbulences économiques.

1. Sondage réalisé auprès de 165 entreprises en juin 2008.



Connaissez-vous vraiment vos concurrents ?

Par Bruno Séguin, M.Sc.

Conseiller, Centre des affaires internationales de LAVAL TECHNOPOLE

Le resserrement économique mondial que nous vivons en ce moment affecte pratiquement toutes les entreprises en venant réduire la taille de leur marché potentiel et augmenter la concurrence. Dans une économie mondialisée où les cycles de vie des produits sont de plus en plus courts et où l'offre est aussi internationale que la demande, il devient de plus en plus difficile, bien qu'essentiel, de connaître ses concurrents et leur position sur le marché. Cette connaissance permet de se démarquer, de protéger ses parts de marché et/ou de cibler des créneaux ou des opportunités d'affaires.

Pour ce faire, il s'avère essentiel de débiter par une étude de la concurrence. Une telle analyse serait idéalement réalisée à l'interne, mais peut également être confiée à une firme externe spécialisée. En voici les principales étapes :

- effectuer une recherche de données secondaires sur les concurrents et les tendances de l'industrie (articles, sites Internet, études existantes, etc.);
- identifier puis contacter des experts sectoriels (contacts personnels, journalistes, associations, ambassades, etc.) qui pourront partager certains points de vue sur le marché;
- identifier puis contacter des clients actuels et potentiels afin de valider leurs besoins actuels et futurs, leur connaissance des concurrents et leur appréciation de ces derniers;
- identifier puis contacter les concurrents afin d'en savoir davantage sur leurs produits ou services, leurs processus, leurs garanties, les prix et forfaits, etc.;
- participer à des foires ou à des missions commerciales personnalisées, comme celles organisées par le Centre des affaires internationales, pour rencontrer en personne des clients ou concurrents actuels et potentiels.

Les résultats de cette analyse pourront servir à définir une stratégie d'entreprise et le positionnement de celle-ci par rapport à ses concurrents. Ils peuvent être présentés sous la forme d'un tableau de bord ou de tout autre tableau d'analyse qui permettra au dirigeant de prendre rapidement des décisions éclairées.

Une fois la stratégie déployée, l'entreprise devra mettre en place un processus de veille en continu qui lui permettra d'effectuer un suivi des grandes tendances technologiques, marketing, concurrentielles, réglementaires et environnementales. L'idée ici est de concevoir un tableau de bord qui pourra être mis à jour régulièrement à partir de l'information recueillie dans le cadre des activités quotidiennes. Une mise à jour régulière réduit les risques de mauvaises surprises et évite de devoir recommencer à zéro l'analyse de la concurrence à chaque planification stratégique.

Même si les dirigeants de PME aiment beaucoup se fier à leur instinct, il devient de plus en plus important de mettre en place des processus de veille concurrentielle afin de mieux prévoir l'évolution de ses marchés et de son industrie. De tels processus ne doivent pas nécessairement prendre beaucoup de temps ou coûter cher pour être utiles et efficaces.

En ce sens, n'oublions pas que chaque contact avec un client ou un concurrent doit représenter une occasion de poser des questions et d'aller chercher de l'information sur le marché. Même si l'exercice d'analyse du marché et de la concurrence permet de repérer des *leads*, il faut éviter de tomber dans le piège de ne parler que de son entreprise et de ses produits en espérant conclure une vente rapide.

PRINTEMPS 2009
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/cait

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