

PORTRAIT D'ENTREPRISE

Systemes Crescendo privilégie la vente directe

Société exportatrice depuis sa création, Systemes Crescendo a d'abord percé le marché américain. Aujourd'hui, ses systèmes de création et de gestion documentaire sont utilisés par plus de 200 000 personnes à travers le monde et seront bientôt vendus sur tous les continents.

Comme l'explique Costa Mandilaras, président, dès ses premières années d'existence Systemes Crescendo a connu un franc succès aux États-Unis. « Nous nous sommes d'abord attaqués au secteur hospitalier américain, qui avait alors grandement besoin de systèmes comme les nôtres et qui disposait des budgets pour les acheter. Ce créneau s'est donc rapidement avéré profitable pour nous. »

C'est en participant à des foires et en faisant beaucoup de publicité, que Crescendo s'est fait connaître. « Puis, nos premiers clients nous ont recommandés, ce qui nous a permis d'élargir notre clientèle et de nous bâtir une solide réputation, explique M. Mandilaras. Notre croissance aux États-Unis est grandement due au bouche à oreille, ce qui nous a permis d'être présents sur tout le territoire américain. »

Au départ, Crescendo travaillait avec un vaste réseau de distributeurs. En 2002, l'entreprise décide de modifier sa stratégie et de miser davantage sur la vente directe. « Nous n'étions pas entièrement satisfaits de certains de nos distributeurs américains, qui n'investissaient pas autant d'argent et d'énergie que nous l'aurions voulu dans le service à la clientèle, explique M. Mandilaras. Des 45 distributeurs avec qui nous faisons affaire en 2000, nous n'en avons gardé que dix. Nous avons par ailleurs opté pour l'embauche de représentants. Ils sont six à travailler à partir de notre siège social de Laval, d'où sont maintenant générées 80 % de nos ventes aux États-Unis. »

Fidèle à sa stratégie favorisant la vente directe, Crescendo ouvre une succursale au Royaume-Uni en 2003, puis une autre à Toronto, en 2005. L'entreprise est également présente en Colombie-Britannique où elle aura pignon sur rue avant la fin de l'année. « Prochains territoires prévus dans notre stratégie : la France et le Benelux, où le marché hospitalier s'appête à entrer dans l'ère du numérique. Nous menons actuellement une étude de marché et prévoyons ouvrir une succursale à Paris d'ici quelques mois, ajoute M. Mandilaras. »



« RIEN DE RÉVOLUTIONNAIRE DANS NOTRE APPROCHE EN MATIÈRE DE STRATÉGIE COMMERCIALE, PUISQUE LA SAGESSE POPULAIRE A DÉJÀ TOUT DIT À TRAVERS CES ADAGES : « UN CLIENT SATISFAIT EN VAUT DEUX. » ET « IL EST PLUS FACILE DE GARDER UN CLIENT SATISFAIT QUE D'EN TROUVER UN NOUVEAU. » À BON ENTENDEUR... »

COSTA MANDILARAS, PRÉSIDENT DE SYSTÈMES CRESCENDO

Le Moyen-Orient est un autre marché qui figure dans les plans de Crescendo. En effet, le secteur médical y connaît un boom sans précédent et plusieurs pays de ce coin du globe sont en voie de devenir de véritables vitrines technologiques dans ce domaine. Il s'agit donc d'un marché prometteur pour une entreprise comme Crescendo. Mais, comme l'explique M. Mandilaras, l'approche adoptée pour percer ce territoire sera différente. « La vente directe y est impossible. Nous devons faire appel à un intermédiaire. C'est ce que nous avons fait en Australie, en 2005, où nous avons trouvé un excellent distributeur. Nous avons également des ententes de distribution en Afrique du Sud, en Chine et aux Pays-Bas. »

Au cours des cinq prochaines années, Crescendo anticipe une forte croissance de ses activités de marketing et de ventes. « Nous consoliderons nos marchés en mettant l'accent sur de nouveaux segments, comme les forces de l'ordre, l'assurance et le secteur bancaire. Nous voulons également diversifier nos marchés en développant de nouveaux territoires. Tout cela, en continuant à privilégier la vente directe partout où cela est possible, car nous sommes convaincus que le contact avec nos clients est la clef de notre succès. »

Mot de la commissaire

LAVAL TECHNOPOLE EXPORT fête son 10^e anniversaire !



PAR VÉRONIQUE PROULX
DIRECTRICE PAR INTÉRIM
LAVAL TECHNOPOLE
EXPORT

Il y a maintenant 10 ans, la division exportation était créée à l'initiative du comité exécutif de LAVAL TECHNOPOLE. Le mandat avait été originellement confié à la division Services aux entreprises sous la direction de Gilbert LeBlanc, commissaire industriel. À cette époque, la division ne comptait qu'un seul employé et avait une vocation d'appui individuel aux entreprises.

Quatre ans plus tard, avec l'arrivée de Maude Martin à la direction, la division a choisi de mettre l'accent sur des activités permettant de sensibiliser les entreprises à l'exportation. Depuis, une multitude d'événements innovateurs ont été mis sur pied : formations, missions de maillage personnalisées, etc. LAVAL TECHNOPOLE EXPORT (LTE) est également à l'origine des événements d'accueil d'acheteurs étrangers connus sous le nom de Cap USA et Cap sur l'Europe.

LTE aujourd'hui

Dans la conjoncture économique actuelle, les entreprises québécoises éprouvent de plus en plus de difficultés à exporter et elles ont besoin d'un accompagnement adapté à leurs besoins. C'est pourquoi, au cours de la prochaine année, LTE travaillera encore plus étroitement avec les entreprises et les appuiera individuellement, afin de mieux les soutenir dans leurs stratégies de développement international.

En effet, nous serons davantage présents dans vos entreprises afin de vous aider à pénétrer, à diversifier et à consolider vos marchés. N'hésitez pas à faire appel à nous. 🌐

Chronique douanes

C-TPAT

Depuis la visite de représentants des douanes américaines venus, il y a quelques mois, accréditer certaines entreprises canadiennes, de fausses rumeurs circulent selon lesquelles les entreprises ne seraient plus obligées de posséder des caméras de surveillance ou de clôturer leur terrain pour être certifiées C-TPAT. Cela n'est pas tout à fait exact. Il est en effet important de savoir que la certification C-TPAT repose sur une analyse de risque dont les paramètres diffèrent selon le secteur d'activité de l'entreprise.

Pour être certifiée C-TPAT, l'entreprise doit se conformer au *Minimum Security Criteria for C-TPAT Importers or Highway Carriers* et compléter son *Security Profile* sur le *C-TPAT Security Link Internet Web Portal*. Pour établir son profil, l'entreprise doit répondre à des questions portant sur

les infrastructures de sécurité qu'elle a mises en place : clôtures, barrières, systèmes d'alarme et caméras, notamment. Elle est tenue de répondre à toutes les questions avec précision. La réponse *Not applicable* à l'une des questions, par exemple, n'est pas acceptée.

N'hésitez pas à nous contacter, nous répondrons à vos questions avec plaisir. 🌐

PAR DOMINIC MCINNIS
GROUPE CONSEIL C-TPAT INC.
1 888 972-5333 ou
D.MCINNIS@C-TPAT.CA



GROUPE CONSEIL C-TPAT
Experts en accréditation C-TPAT



Chronique expert USA

La proposition de valeur

Les récents indicateurs économiques des États-Unis démontrent que l'environnement de ce pays est devenu particulièrement difficile pour les exportateurs canadiens. Tout d'abord, le taux de change n'agit plus en faveur des entreprises canadiennes. Deuxièmement, l'économie américaine manque de dynamisme, surtout dans le secteur du logement, qui connaît un ralentissement spectaculaire. En dernier lieu, les coûts énergétiques demeurent élevés et grugent une part importante du budget des acheteurs américains potentiels.

Dans un tel environnement, comment les exportateurs canadiens peuvent-ils réussir aux États-Unis? En prouvant qu'ils peuvent offrir de la valeur aux acheteurs américains.

De plus en plus d'entreprises canadiennes qui exportent avec succès chez nos voisins du sud mettent en œuvre des plans d'affaires qui tiennent compte de la parité entre le dollar canadien et le dollar américain. Cela élimine la tentation de tabler uniquement sur le prix et force les exportateurs canadiens à se concentrer sur d'autres avantages concurrentiels.

En effet, cette stratégie impose aux exportateurs canadiens de définir précisément

les raisons commerciales qui amèneront un acheteur américain à acquérir leurs produits ou leurs services. La nécessité de présenter clairement la valeur de ces produits et services est d'autant plus grande que la conjoncture économique oblige les Américains à adopter une approche prudente dans leurs politiques d'achat.

Nous avons constaté que les exportateurs canadiens qui tirent leur épingle du jeu aux États-Unis sont pleinement préparés à affronter leurs concurrents sur un terrain d'égalité, en misant sur la qualité et le service. En effet, au cours des deux derniers mois seulement, deux de nos clients travaillant dans des secteurs différents ont conclu des ventes importantes avec de nouveaux clients américains en s'appuyant sur leur capacité à fournir des produits de qualité et un service impeccable à un prix équitable – pas au prix le plus bas, mais au prix le plus juste.

Aujourd'hui, le succès des exportateurs repose vraiment sur leur capacité à offrir de la valeur. 🌐



PAR PERRY B. NEWMAN
PRÉSIDENT
ATLANTICA GROUP, USA
PBN@ATLANTICAGROUP.COM



Cocktail de la rentrée



De gauche à droite: M. Robert A. Dubé, directeur général de LAVAL TECHNOPOLE, Frédérique Thomas, conseillère à l'exportation, Véronique Proulx, directrice par intérim, Sophie Mainville, adjointe et Bruno Séguin, conseiller à l'exportation de LAVAL TECHNOPOLE EXPORT.

Formation sur les meilleures pratiques Le C-TPAT : plus qu'une question

Pour la troisième fois depuis le lancement du programme de septembre dernier, une formation MPA (Meilleures pratiques d'affaires) en collaboration avec Développement économique Canada et l'Exportation, cette formation renseigne les entreprises et les compagnies y ont assisté. 🌐

Les matinées sans frontières Assurance responsabilité et performance

Le 28 septembre, LTE organisait un atelier sur la responsabilité qui permettait de démystifier le côté légal des démarches à l'exportation, l'importance de se protéger et à la responsabilité des fabricants. L'encadrant le travail aux États-Unis. Nous tenons à remercier M^r Patrice Brunet, ainsi que notre commanditaire, la Banque d'exportation économique Canada et le ministère du Développement économique.

L'ABC de l'exportation, de l'ALENA

C'est sous le thème *S'allier pour franchir les frontières* que se déroulent les ateliers. Dans le cadre de cet événement, organisé par le Réseau des exportateurs, offrait un atelier sur l'ABC de l'exportation, de l'ALENA et des outils pour leur permettre de mieux répondre aux attentes de l'exportation. La Semaine des exportateurs a rassemblé près de

Export Alliance Construction

Du nouveau cette année !

Le 29 janvier prochain, Export Alliance Construction 2013 accueillera des **acheteurs de l'Ouest canadien**, qui rejoindront aux habitués acheteurs du Nord-Est américain. Il s'agit d'une première dans l'histoire de l'événement. Au cours de cette journée de maillage, les manufacturiers québécois des secteurs de la construction résidentielle, industrie commerciale et institutionnelle pourront rencontrer individuellement des entrepreneurs généraux, des architectes, distributeurs et des agents manufacturiers.

C'est une occasion exceptionnelle d'entrer en contact avec des acheteurs invités, d'assister à des conférences sur les grands projets de construction sur leur marché et de participer à différentes activités de réseautage.

Pour vous inscrire, consultez le site d'Export Alliance Construction : www.exportalliance.com

Le financement à l'exportation

Le 19 septembre, LAVAL TECHNOPOLE EXPORT (LTE) dévoilait sa programmation 2006-2007 lors de son traditionnel cocktail de la rentrée. Cette année, l'activité avait lieu au Château Taillefer Lafon et réunissait plus de 120 partenaires et chefs d'entreprise. À cette occasion, Véronique Proulx, directrice par intérim, annonçait qu'au cours de l'année, il y aurait beaucoup plus d'interventions personnalisées en entreprise, d'activités favorisant la diversification des marchés d'exportation et de séances de formation sur l'approvisionnement. De plus, LTE annonçait la mise sur pied du Réseau Laval International dont l'objectif sera de débattre des différents enjeux internationaux et de favoriser le réseautage entre entreprises.

Pour plus d'informations sur les cours et les ateliers offerts par LTE, consultez notre site Internet au www.lavaltechnopole.com.

Ateliers d'affaires
de sécurité

Formation et d'accompagnement C-TPAT, LTE a tenu, le 20 septembre, un atelier intitulé *Le C-TPAT : plus qu'une question de sécurité*. Offerte en collaboration avec le ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation, le programme C-TPAT. Plusieurs représentants de différentes

Permis de travail

compétences du fabricant et les permis de travail aux États-Unis. Cet atelier a été organisé par le Réseau Laval International. En première partie, on sensibilisait les entreprises à faire face aux consommateurs. La deuxième partie traitait de la réglementation relative aux permis de travail. Les conférenciers, M^{me} Micheline Dessureault et M^{me} Catherine Gauthier, de la Banque Nationale du Canada, et nos partenaires financiers, Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation.

IA et du certificat d'origine

Le 30 octobre au 3 novembre derniers, la Semaine des exportateurs a été organisée par le Réseau Laval International. Cette activité visait à donner aux entreprises des informations sur les procédures d'exportation des PME des quatre coins du Québec.

Semaine 2007

Cet événement est organisé par le World Trade Centre Montréal en partenariat avec le ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation et la Société d'habitation du Québec.

Vous fabriquez un produit novateur ?

Présentez en exclusivité votre produit à tous les acheteurs lors d'une présentation spéciale la veille de l'événement !

Communiquez avec nous à nmonnette@cmm.qc.ca ou au 514 871-4002, poste 6218.



Que vous soyez exportateur ou sous-traitant de composants de produits destinés à l'exportation, lorsque vous obtenez un contrat important, vous devez être en mesure d'honorer vos obligations.

Pour bien des entreprises, les dépenses liées à l'embauche de personnel additionnel, à l'amélioration des infrastructures, à l'achat de nouvel équipement ou aux déplacements fréquents à l'étranger compteront parmi les coûts directs associés à la réalisation de contrats à l'exportation. Un soutien financier complémentaire sera donc souvent nécessaire.

Heureusement, les solutions de financement à l'exportation sont nombreuses et donnent aux entreprises la capacité d'exécuter leurs contrats ou de financer l'acquisition d'une compagnie ou d'un actif à l'étranger. Elles peuvent prendre plusieurs formes, de la marge de crédit opéra-

tionnelle au prêt à terme, en passant par la gestion des créances et l'administration de la conversion des devises.

La Banque Nationale, en collaboration avec Exportation et développement Canada (EDC), est en mesure de vous aider.

Pour en savoir davantage sur les différents programmes de financement disponibles, veuillez nous contacter.

PAR JEAN EMMANUEL ALFRED
DIRECTEUR, COMMERCE INTERNATIONAL
TEL. : 450 686-4053 OU
JEANEMMANUEL.ALFRED@BNC.CA



Chronique juridique

Contrat international d'agent
commercial en Europe

Pour vendre vos produits sur le marché européen, vous pouvez mandater un agent qui prospectera et traitera des affaires en votre nom et pour votre compte. Dans ce contexte, le contrat passé entre un exportateur québécois et un agent européen sera désigné contrat international d'agent commercial.

L'agent commercial, entité indépendante, n'a aucun lien de subordination avec l'exportateur. Il permet à ce dernier de constituer une force de vente moins coûteuse sur le territoire étranger sans embauche de personnel. Il y a toutefois des désavantages à traiter avec un agent commercial, dont les principaux sont : la possibilité que l'agent s'approprie la clientèle de l'exportateur et le fait que l'agent ait droit à une indemnité de rupture, selon que le contrat sera à durée indéterminée ou déterminée. Le montant de l'indemnité de rupture équivaut, en pratique, à deux années de commissions, auxquelles s'ajoute le remboursement de certains frais engagés par l'agent.

Attention ! L'exportateur québécois tenté d'invoquer la loi québécoise pour refuser toute indemnité de rupture à l'agent devra renoncer à cette idée. Le droit à l'indemnité de l'agent sur le territoire de l'Union européenne ne peut être exclu du contrat.

Établissez donc, avec vos conseillers juridiques, un contrat détaillé intégrant notamment des objectifs précis pour l'agent, une clause de non-concurrence et le montant de l'indemnité de rupture. Vous éviterez ainsi bien des litiges !

PAR M^{re} STÉPHANE MINSON
DESS, DICE, MAGISTÈRE FISC.
JOLI-CŒUR LACASSE GEOFFRION JETTÉ ST-PIERRE
AVOCATS QUÉBEC MONTRÉAL TROIS-RIVIÈRES
MEMBRE DU PANNONE LAW GROUP, G.E.I.E.
TEL. : 514 871-2800
STEPHANE.MINSON@JOLICOEURLACASSE.COM



Vendre c'est bien. Être payé, c'est mieux !

Vos ventes explosent et vous devez composer avec les nouvelles commandes? Vos limites de crédit frôlent dangereusement leur seuil supérieur? Que faire? Refusez les revenus excédentaires et les profits qui s'y rattachent? Prendre plus de risques même si cela peut mettre votre entreprise en péril?

Pas de panique! L'assurance-crédit peut vous permettre d'augmenter vos ventes en toute sécu-

rité. L'assureur vous appuiera dans vos démarches. Il vous informera des capacités de paiement de vos acheteurs et vous indemniserait si votre client ne peut vous payer. Vous pourriez ainsi, en toute confiance, augmenter vos ventes auprès des bons clients et laisser les mauvais payeurs à d'autres.

Est-ce rentable? Voici un moyen rapide de le déterminer :

	Exemple	Votre entreprise
A. Ventes annuelles	10 M\$	- \$
B. Coût moyen d'une police d'assurance-crédit (%)	0,30 %	0,30 %
C. Coût estimé d'une police d'assurance-crédit [A X B]	30 000 \$	- \$
D. Marge bénéficiaire brute	25 %	- %
E. Ventes additionnelles nécessaires pour récupérer le coût d'une police d'assurance-crédit [C / D]	120 000 \$	- \$
F. Ventes additionnelles nécessaires (%) [E / A]	1,20 %	- %



PAR ROCH SIMARD
MILLENNIUM
TÉL. : 514 368-3561
RSIMARD@MCM.CA
WWW.MCM.CA



Dans cet exemple, le coût d'assurance est complètement couvert par une augmentation des ventes de 1,20 %. Toute vente supplémentaire vient grossir les profits. Résultat : cette police d'assurance-crédit ne coûte pas un sous. Est-ce rentable? Bien sûr. ☺

Nouvelles internationales

Nouvelles sur le Brésil

Avec une population de 180 millions d'habitants, le Brésil est le cinquième pays le plus peuplé du monde et la plus importante économie d'Amérique du Sud. Doté d'une économie diversifiée, ce pays dispose d'énormes ressources naturelles et d'un vaste bassin de main-d'œuvre. Ces caractéristiques en font la plus grande puissance économique de la région. Le Brésil est également un incontournable pour les exportateurs canadiens, puisqu'il est l'un des points d'accès au MERCOSUR, une organisation économique, qui regroupe d'autres pays d'Amérique latine comme l'Argentine, le Paraguay et l'Uruguay.

Le Brésil offre de nombreuses occasions d'affaire aux exportateurs canadiens, notamment dans les

secteurs de la production de pétrole et de gaz, de la production et de la distribution d'hydro-électricité, de la modernisation des infrastructures, de l'écotechnologie, des semi-conducteurs, des logiciels, des produits pharmaceutiques et médicaux et des biens d'équipements.

Selon le site exportsource.ca, il faudrait toutefois s'assurer que la stabilité financière récente du Brésil continuera de soutenir la croissance dont le pays a besoin. Néanmoins, les signes sont encourageants. En effet, l'économie est sortie indemne des crises de 2000 à 2003.

Pour plus d'informations sur les occasions d'affaire au Brésil, communiquez avec nous, au 450 978-5959.

Des nouvelles de la Chine

Déterminer le risque de crédit dans le secteur privé chinois

Dans les pays industrialisés, il est facile de vérifier le crédit des entreprises avec qui on transige ou d'avoir accès à des rapports financiers sûrs pour s'assurer de leur santé financière. La situation est toutefois différente lorsqu'un exportateur fait des affaires dans les pays en émergence. La plupart de ces derniers n'ont ni réglementation financière, ni système judiciaire en place. Il est presque impossible de vérifier les antécédents des compagnies qui y ont leur siège et encore moins de savoir si elles sont fiables.

Prenons la Chine, par exemple. Depuis que ce pays a adhéré l'Organisation mondiale du commerce, en 2001, beaucoup d'exportateurs veulent traiter avec

des entreprises chinoises. Mais que peut-on savoir d'elles? Les exportateurs qui font des demandes de renseignements financiers sur des entreprises chinoises auprès du bureau administratif de l'industrie et du commerce de Shanghai obtiendront une réponse dans environ 85 % des cas.

Pour obtenir d'autres conseils sur la manière d'examiner les comptes de compagnies du secteur privé chinois, veuillez consulter l'article « Déterminer le risque de crédit dans le secteur privé en Chine » dans la rubrique Trucs et tendances export pour PME - Octobre 2006 du site Web d'Exportation et développement Canada. Vous le trouverez au www.edc.ca/french/publications_11702.htm.

Le coin du lecteur

Fiche sur les agents manufacturiers



La fiche sur les agents manufacturiers présente la démarche qu'une entreprise doit effectuer lorsqu'elle désire faire affaire avec un agent manufacturier pour développer un marché étranger. On y explique comment

établir le profil de l'agent idéal, comment choisir le bon agent et en obtenir le maximum, de même que la façon d'évaluer sa performance et de faire les ajustements nécessaires.

Fiche sur la fiscalité internationale



Réalisée en collaboration avec Raymond Chabot Grant Thornton, cette nouvelle fiche présente en sept points, tout ce qu'une entreprise canadienne doit savoir en matière de fiscalité avant de développer ses activités commerciales à l'étranger. Du choix de la forme juridique à adopter, jusqu'à l'envoi d'employés à l'étranger, elle aborde tous les points cruciaux de la fiscalité internationale.

Pour recevoir une copie des fiches, veuillez communiquer avec nous au 450-978-5959.

Nouvelles brèves

GROUPE CLASSIQUE

Groupe Classique, concepteur, manufacturier et installateur de mobilier de bureau ayant pignon sur rue à Laval depuis 30 ans, s'appête à consolider ses ventes sur le marché américain. L'entreprise réalise actuellement 50 % de son chiffre d'affaire sur le marché québécois et 25 % sur le marché ontarien. Elle vend par ailleurs 10 % de sa production aux États-Unis, principalement dans les États de New York et du New Jersey. Brian Birenbaum, président, a pour objectif de doubler ce pourcentage d'ici 2008. Au cours des derniers mois, LAVAL TECHNOPOLE EXPORT a réalisé un plan de développement du marché américain pour l'entreprise. Ce plan lui a permis de bien définir sa stratégie et d'obtenir du financement de Développement économique Canada (DEC). ☺

Suite au verso...

LAVAL TECHNOPOLE EXPORT
reçoit l'appui financier de



Développement
économique Canada

Canada Economic
Development

Canada

Développement
économique, Innovation
et Exportation

Québec



ET POURQUOI PAS LE MONDE?



En effet, pourquoi pas ? Les entreprises de Laval peuvent conquérir le monde et LAVAL TECHNOPOLE EXPORT offre le soutien, les idées, les contacts et les formations pour que le marché mondial soit à la portée de ses entreprises.

- Plaque tournante des ressources de soutien et d'aide à l'exportation à Laval en collaboration avec les institutions gouvernementales
- Services-conseils et stratégies d'exportation
- Formation et découvertes des marchés
- Accueil d'acheteurs internationaux
- Missions internationales de développement des marchés
- Information sur les programmes d'aide financière
- Guides pratiques et documentation pertinente

La conquête du monde, ça se prépare...
et l'équipe de LAVAL TECHNOPOLE EXPORT peut vous aider à réussir.



Un numéro vous y conduit : 450 978-5959
Et un site Web vous guide :
www.lavaltechnopole.com

LES ACTIVITÉS À VENIR

LAVAL TECHNOPOLE EXPORT

JANVIER

- 9 Formation et coaching C-TPAT **T**
31 Mission virtuelle Mexique – Pratique **R**

FÉVRIER

- 7 Mission virtuelle Mexique **R**
16 Les matinées sans frontières « Faire affaire aux Emirats arabes unis » **T**
23 Séminaire pré-mission Mexique **R**

MARS

- 20 Les matinées sans frontières « Faire affaire avec l'Ouest américain » **T**
20 Rendez-vous des PME / Volet international. Conférencier invité pour le dîner: Clément Gignac. **T**
22 Séminaire pré-mission Mexique **R**
25 - 31 Mission Mexique – multisectorielle
Villes : Mexico, Monterrey (À déterminer) **R**

AVRIL

- 17 Les matinées sans frontières « Faire affaire avec l'Europe de l'Est » **T**
18 La remise de prix Les MercadOr **T**

MAI

- 10 Cocktail - 10^{ème} anniversaire de LAVAL TECHNOPOLE EXPORT **T**
17 Les matinées sans frontières « Faire affaire avec la Chine » **T**

Pour plus d'informations, visitez notre site Internet à www.lavaltechnopole.com

LÉGENDE :

- N** Novice (qui commence à exporter ou est intéressé à exporter)
- I** Intermédiaire (qui exporte dans un pays)
- E** Expérimenté (qui exporte dans plusieurs pays)
- T** Pour tous
- R** Réservé à un groupe précis

Nouvelles brèves (suite)

PLANNISOFT

PlannSoft est une entreprise lavalloise de développement de logiciel qui commercialise depuis plusieurs années le logiciel PlannExpert qui sert dans la gestion de la maintenance de l'équipement. Afin de se repositionner sur un marché arrivant à maturité, PlannSoft a fait appel à **LAVAL TECHNOPOLE EXPORT** pour réaliser une étude exhaustive du marché nord-américain. PlannSoft a bénéficié du soutien financier du MDEIE pour réaliser cette étude grâce à laquelle l'entreprise a pu identifier de nouveaux créneaux à fort potentiel et clarifier son positionnement stratégique pour les prochaines années. PlannSoft pourra désormais mieux orienter ses efforts de recherche et développement, ajuster son offre de service afin de répondre aux nouvelles exigences du marché, et relancer sa croissance. 🌐

UN CONSEIL SECTORIEL POUR LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

Le Conseil sectoriel canadien de la chaîne d'approvisionnement (CSCCA) a été créé à la suite d'une étude réalisée par Industrie Canada en 2005. Comme tout conseil sectoriel, le CSCCA a pour but d'établir des normes propres à son secteur d'activité qui serviront de mesures de base pour l'élaboration de programmes scolaires répondant à ses besoins. Il est aussi une source d'expertise pour le domaine.

Le conseil mène actuellement deux projets qui devraient se terminer le 31 mars 2007. Le premier prend la forme d'un sondage qui permettra d'obtenir des renseignements sur le type de main-d'œuvre dont l'industrie a besoin. Le deuxième est la mise sur pied d'un programme d'éducation et de certification. 🌐

RÉPERCUSSIONS NÉGATIVES DE L'EMBARGO AMÉRICAIN SUR CUBA

L'embargo américain sur Cuba a des répercussions négatives sur certains entrepreneurs canadiens. En effet, la loi canadienne interdit la vente de produits américains à Cuba, à moins que ces derniers n'aient été substantiellement transformés. Ainsi, l'embargo s'applique dès qu'un produit compte plus de 10 % de contenu américain.

Tout exportateur doit connaître la réglementation du pays de destination de ses produits et doit s'y conformer. C'est une question de responsabilité civile. Contrevenir aux différentes réglementations peut coûter très cher. Les pénalités peuvent atteindre des millions de dollars pour le fournisseur américain. De plus, l'entreprise canadienne contrevenante pourrait être inscrite sur une liste noire aux États-Unis. Pour en savoir plus, consultez le site du ministère des Affaires étrangères au : www.dfaict-maeci.gc.ca. 🌐

La diversification de vos marchés: une règle d'or !

On le sait, une des règles d'or en matière de placements financiers est la diversification du portefeuille. En effet, il est risqué d'investir son argent dans un seul titre ou dans des titres d'un même secteur d'activité, puisque si ce titre ou ce secteur accuse une baisse, tout votre investissement s'envole ! En diversifiant vos placements, la baisse de rendement d'un titre pourra ainsi être compensée par la hausse d'un autre.

Un raisonnement semblable s'applique aux entreprises exportatrices. Plus les marchés d'une entreprise sont variés, moins elle sera affectée par les fluctuations de l'économie de chacun d'eux. La santé financière de l'entreprise risque donc moins de faiblir. Si l'économie d'un des marchés se porte mal, l'entreprise pourra concentrer ses efforts de développement dans les autres pays où elle est présente, en attendant la reprise du marché qui connaît un ralentissement ou une récession.

Exporter aux États-Unis

Pourtant, en pratique peu d'entreprises appliquent ce principe. En effet, environ 60 % des entreprises lavalloises exportent aux États-Unis et pour 30 % d'entre elles, il s'agit de leur seul marché d'exportation. Avec la hausse du dollar canadien et le ralentissement économique qui se fait sentir chez nos voisins du sud, cette stratégie devient de plus en plus risquée.

Pourtant, plusieurs pays émergents offrent d'intéressantes occasions d'affaire et de croissance pour les entreprises exportatrices. Le Mexique, le Brésil, la Russie, l'Inde et la Chine, par exemple, sont tous des pays qui se sont tournés vers l'économie de marché et qui ont des partenaires commerciaux canadiens. Ces pays réunissent tous les ingrédients pour assurer le

succès d'une entreprise exportatrice : croissance économique encourageante, économie de marché, une certaine stabilité politique, pouvoir d'achat grandissant et vaste bassin de consommateurs, notamment.

Le Mexique : un marché prometteur

Si nous prenons le Mexique comme exemple, selon une étude menée en septembre 2006 par la firme Guilbault et Associés pour LAVAL TECHNOPOLE EXPORT, seulement 13,3 % des entreprises lavalloises exportent vers le marché mexicain. Pourtant, le Mexique offre des occasions d'affaire considérables pour les entreprises canadiennes. Selon le bulletin mensuel CanadExport, publié par le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international Canada, la relation Canada-Mexique n'est plus uniquement une histoire liée à l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA). En effet, grâce à des liens plus étroits, comme le Partenariat pour la sécurité et la prospérité (PSP) et le Partenariat Canada Mexique (PCM), les deux pays ont tissé une relation solide et durable qui assure un avenir prometteur.

En effet, le Mexique représente un marché de 106,2 millions d'habitants. En 2005, la croissance économique y a atteint 3,3 % et le PIB devrait être de 4,3 % en 2006. L'inflation, qui a connu une chute de 9 % en 2000, se situait à 3 % en 2005. Le peso est fort et stable. Enfin, l'économie mexicaine jouit d'une cote de solvabilité élevée.

D'ici 2030, la population mexicaine devrait atteindre 130 millions d'habitants. Cette croissance, qui touchera surtout les villes, exercera une forte pression sur les infrastructures et les services urbains, en plus d'augmenter la demande dans les domaines du logement, de



PAR FRÉDÉRIQUE THOMAS,
CONSEILLÈRE À L'EXPORTATION
LAVAL TECHNOPOLE
FRÉDÉRIQUE.THOMAS@LAVALTECHNOPOLE.COM
450 978-5902

l'aménagement, de l'agroalimentaire et des biens de consommation. Cette année déjà, les exportations canadiennes vers le Mexique ont jusqu'ici connu une hausse de plus de 42 %. Les secteurs prometteurs sont la construction et les matériaux de construction, le pétrole et le gaz, les technologies de l'information et des communications, l'agroalimentaire, l'environnement et la foresterie, de même que les technologies de pointe.

Pour l'instant, le Mexique représente le cinquième partenaire commercial en importance au Canada, avec des échanges commerciaux totalisant 17,8 milliards de dollars pour 2005. Mais les choses pourraient bien changer au cours des prochaines années. En effet, une stratégie commerciale quinquennale est actuellement mise en place afin d'augmenter de 50 % le commerce bilatéral entre ces deux pays et de doubler les investissements.

Les entreprises de Laval devraient considérer l'exportation vers le Mexique afin de profiter de cette augmentation des échanges commerciaux et d'avoir leur part du gâteau. À ce titre, LAVAL TECHNOPOLE EXPORT organise, conjointement avec DEL Export, une mission commerciale au Mexique du 25 au 31 mars prochain. 🌐

L'équipe de LAVAL TECHNOPOLE EXPORT souhaite un joyeux temps des fêtes à tous ses lecteurs !

LAVAL EXPORT

est une publication spécialisée
de LAVAL TECHNOPOLE
VOL. 9, N° 4 HIVER 2007

1555, boul. Chomedey
Bureau 100
Laval (Québec) H7V 3Z1 CANADA

Téléphone : 450 978-5959
Télécopieur : 450 978-5970
Internet : www.lavaltechnopole.com
Courriel : info@lavaltechnopole.com

Contenu rédactionnel et information
Véronique Proulx, directrice par intérim
LAVAL TECHNOPOLE EXPORT

Coordination
Frédérique Thomas, conseillère à l'exportation
LAVAL TECHNOPOLE EXPORT

Rédaction, conception graphique et coordination
Paginart Communication Marketing

Imprimerie
BL Litho

Dépôt légal
Bibliothèque nationale du Québec
Bibliothèque nationale du Canada
ISSN 1703-0943