

PME À L'INTERNATIONAL

MONDIALISATION

Vous croyez-vous à l'abri?

LA SEMAINE DE LA PME AURA LIEU DU 19 AU 25 OCTOBRE 2008. ORGANISÉE DEPUIS 29 ANS PAR LA BANQUE DE DÉVELOPPEMENT DU CANADA, CETTE ANNÉE, ELLE AURA POUR THÈME « UN MONDE OUVERT SUR DE NOUVEAUX MARCHÉS ». C'EST SUR CE THÈME QUE LA PRESSE VOUS PRÉSENTE CE CAHIER SPÉCIAL PORTFOLIO.



CAROLINE RODGERS
COLLABORATION SPÉCIALE

Vous croyez votre PME à l'abri de la concurrence étrangère? Si c'est le cas, cessez de jouer à l'autruche, disent les experts.

«La nouvelle économie rend toutes les entreprises vulnérables, mais surtout les PME, dit Josée St-Pierre, directrice du Laboratoire de recherche sur la performance des entreprises à l'Université du Québec à Trois-

Rivières (UQTR). Parce qu'elles sont plus petites, qu'elles ont un accès limité au financement et qu'elles ont moins de personnel.»

« Penser mondial »

Beaucoup de PME québécoises ont une culture de sous-traitants dépendant de grands clients. D'autres se sentent protégées parce qu'elles sont dans un marché de niche, ou qu'elles sont situées à proximité d'un client fidèle.

Mais dans un marché mondialisé, rien n'empêche ce client d'aller voir ailleurs si les coûts sont plus bas.

«Autrefois, la PME allait son petit bonhomme de chemin dans sa zone d'influence, sa ville ou sa région, dit Claire De la Durantaye, économiste et directrice de l'Institut de recherche sur les PME de l'UQTR. Mais aujourd'hui, on est loin de cette dimension. L'entreprise, petite ou moyenne, doit penser mondial.»

Dans ce contexte, les entrepreneurs qui ne se sentent pas menacés sont dans une situation dangereuse, croit Josée St-Pierre.

La petite taille d'une entreprise ne devrait pas l'empêcher d'évaluer les menaces que représente la concurrence des pays émergents sur ses affaires et de chercher des stratégies pour demeurer dans la course.

«Ce qui distingue les entreprises innovatrices, c'est que chaque fois qu'il y a une menace, elles s'en occupent, dit Allan Doyle, ingénieur et directeur chez Zins Beauchesne et associés. Elles ont un plan B. Elles ne font pas l'autruche. Qu'elles décident de changer de marché, de modèle d'affaires ou de produits, elles prennent une décision en toute connaissance de cause.»

Pour rester compétitif, on peut miser sur l'amélioration continue, la productivité et l'innovation. Mais ces programmes ne seront pas nécessairement suffisants pour tenir tête à la concurrence, croit Jean-Paul David, président de Mercadex International.

Au-delà de l'import-export

La PME ne peut plus évoluer en vase clos. Elle doit étudier différents scénarios pour mettre à profit les occasions d'affaires qu'apportent les nouveaux marchés.

Et cette démarche ne passe pas obligatoirement par l'exportation.

Quand un entrepreneur s'interroge à savoir s'il devrait exporter ou pas, il ne se pose pas la bonne question, selon Jean-Paul David. L'exportation n'est qu'une façon parmi tant d'autres d'aborder les marchés internationaux.

Aujourd'hui, on ne parle plus seulement d'exportation, mais plutôt d'internationalisation.

«Une entreprise peut très bien concevoir ses produits au Québec, les faire fabriquer en Chine, les commercialiser en Europe et offrir un service après-vente en Inde!» dit M. David.

Selon la nature de l'entreprise et ses objectifs, il faudrait d'abord se demander quelle peut être la stratégie d'entrée la plus profitable.

Au-delà de l'import-export, des dizaines de modèles sont possibles. La sous-traitance, la licence de produit à un fabricant étranger, la franchise, le consortium, la coentreprise et l'investissement direct étranger en sont des exemples.

Se remettre en question

«L'entreprise d'aujourd'hui est conçue davantage comme un projet dont la mission est de produire un bien ou un service pour lequel elle peut utiliser toute la planète, dit Claire De la Durantaye. Son plus grand défi sera d'être capable de se remettre en question et d'être au fait de tout ce que l'environnement mondialisé pourra lui apporter pour être compétitive.»

Bien placés
pour parler placements.

 **BANQUE
NATIONALE**

Placements à court terme pour entreprises

– Des conseillers avisés

Des spécialistes attentifs à vos besoins qui vous guident judicieusement dans vos décisions d'investissement.

– Des solutions sur mesure

Un large éventail de solutions de placement profitables à court terme et taillées sur mesure pour votre entreprise.

1 877 394-6611
www.bnc.ca/placez

 **BANQUE
NATIONALE**