



Sylvie Boileau
présidente
Dubo Électrique Ltée
Montréal (Québec)

Tél. : (514) 255-7711
Téléc. : (514) 255-1559
Courriel :
sboileau@dubo.qc.ca
Site Web :
www.dubo.qc.ca

Année de fondation : 1955

Nombre d'employés : 125

Nombre d'années
d'exportation : 15

Ventes à l'exportation : 18 %

Marchés d'exportation : Amérique
centrale, Amérique du Sud,
États-Unis, Belgique, Russie,
Pologne, République tchèque,
Algérie, Arabie saoudite

« Sachez à qui vous avez affaire avant de faire une
offre pour un projet d'envergure. »

Description de l'entreprise

Chef de file orienté vers le service dans son secteur, Dubo Électrique est un distributeur de produits électriques et de produits automatisés qui dessert les entreprises industrielles et commerciales, les institutions et les entreprises d'électricité, de même que les clients résidentiels, les concepteurs et les architectes au Canada et à l'étranger. Toutes ses succursales et son entrepôt principal étant reliés par un système informatique ultraperfectionné, Dubo Électrique est en mesure de fournir un service technique pour les ventes locales d'une qualité supérieure, à l'échelle de la province, aussi bien qu'à celle du pays ou des marchés d'exportation. L'entreprise fait également partie d'IED, premier groupe canadien d'entreprises achetant et commercialisant dans ce domaine, composé de distributeurs indépendants de produits électriques.

Historique

Sylvie Boileau a débuté comme réceptionniste dans l'entreprise familiale, prenant graduellement la responsabilité de projets spéciaux. En 1979, avec sa sœur Johanne, elle a acheté l'entreprise de leur père; Sylvie en est devenue la présidente en 1993, tandis que Johanne agit comme contrôleur. Sylvie Boileau a établi sa crédibilité comme femme d'affaires dans un secteur où les hommes occupent une place dominante et s'est valu une excellente réputation parmi ses paires grâce à son réseau actif, à son engagement dans les associations du secteur et à sa présence dans divers conseils d'administration. Elle s'est également distinguée en dirigeant un consortium d'achat de produits pour l'exportation pour tout le Québec.

Distinctions

Finaliste du Prix de l'entrepreneur de l'année décerné par Ernst & Young en 2001 et en 2002; proclamée Femme de l'année par la Chambre de commerce de Montréal en 1999.

Pourquoi exporter

Mme Boileau a envisagé d'exporter parce qu'elle voulait accroître la part de marché de son entreprise. Ses premiers débouchés lui ont été fournis par l'Algérie et l'Arabie saoudite après que

Dubo Électrique eut collaboré avec des entreprises de génie canadiennes à la réalisation de projets outre-mer.

Par la suite, la croissance des exportations de l'entreprise est venue du besoin de travailler avec des pays ayant les mêmes normes en matière d'électricité, car la majorité des produits de Dubo Électrique est fabriquée en Amérique du Nord.

Préparation à l'exportation

Parmi les nombreuses ressources auxquelles Sylvie Boileau a fait appel, citons le Service des délégués commerciaux, Industrie Canada, l'Agence canadienne de développement international et la Caisse de dépôt et placement du Québec. Selon Mme Boileau, les chambres de commerce des villes cibles se sont avérées très coopératives. « Elles ont fourni des services très efficaces et ont été en mesure de nous donner des renseignements détaillés sur les marchés qui nous intéressaient; elles nous ont également mis en rapport avec de bons agents et de bons distributeurs. Elles nous ont fourni une valeur ajoutée bien réelle. » Par ailleurs, Dubo Électrique a participé à des foires commerciales, principalement au Brésil et en Amérique centrale et, avec d'autres entreprises, a mis sur pied des consortiums d'achat de produits pour l'exportation pour pénétrer les marchés de la Pologne, de la Russie, de la République tchèque et de l'Amérique centrale.

Le plus grand moment

« Faire des affaires sur les marchés d'exportation exige généralement plus de temps et plus d'efforts que si on s'en tient au marché intérieur; par contre, c'est très valorisant quand on décroche une commande et... encore plus quand vous êtes payé d'avance, spécialement dans le cas de pays où le risque financier est plus grand. »

Le plus grand défi

« Comme chaque pays est différent, c'est tout un défi d'arriver à savoir qui sont les bonnes personnes à joindre et d'arriver à bien comprendre

le code culturel. En Amérique centrale, par exemple, tout le monde a un titre; vous pourriez penser que vous êtes en train de traiter avec le président de l'entreprise ou avec quelqu'un qui a un pouvoir décisionnel, alors que ce n'est pas du tout le cas. »

Conseils à l'exportation

► Contractez une assurance à l'exportation.

« Il est toujours important de passer par Exportation et développement Canada (EDC) lorsque l'on se lance dans des projets d'envergure parce que les risques liés aux créances sont très élevés. Il faut se montrer prudent et prendre le temps d'évaluer le projet. Un petit projet est toujours plus rentable qu'un projet d'envergure pour lequel on n'arrive pas à être payé. Si vous avez le moindre doute, essayez de recevoir le paiement avec la commande. »

► Connaissez bien votre acheteur. « Ne faites jamais d'offre pour un projet d'envergure ou n'acceptez jamais une commande sans savoir à qui vous avez affaire. Il vaut toujours mieux faire le voyage pour aller vérifier les antécédents de l'entreprise avec laquelle vous envisagez de faire affaire. Et il faut savoir être patient. »

► Trouvez des bons partenaires et gardez contact. « Les chambres de commerce sont les meilleures sources pour trouver de bons agents et de bons distributeurs. Une fois que vous les avez trouvés, entretenez la communication en leur faisant des visites régulières (tous les deux ou trois mois), en téléphonant souvent et en échangeant par courriel. »

Objectifs futurs d'exportation

Sylvie Boileau se propose de tirer un plus grand parti des relations de son entreprise dans ses marchés actuels avant d'étendre son activité ailleurs. Son objectif est d'accroître de 25 % le chiffre d'affaires total de son entreprise.

« Nous devrions l'atteindre au cours des deux ou trois prochaines années si tout se passe comme prévu. »



Rosaleen Citron

présidente-directrice générale
WhiteHat Inc.
Burlington (Ontario)

Tél. : (905) 332-6677
1 800 561-3270
Téléc. : (905) 332-6673
1 888 828-9588

Courriel :
rcitron@whitehatinc.com

Site Web :
www.whitehatinc.com

Année de fondation : 2001

Nombre d'employés : 18

Nombre d'années
d'exportation : 3

Ventes à l'exportation : 30 %

Marchés d'exportation :
États-Unis et Europe

« Un nombre incroyable d'avantages sont offerts aux
femmes qui créent leur propre entreprise aux États-Unis. »

Description de l'entreprise

WhiteHat, un pionnier dans le domaine de la technologie de la sécurité informatique, vend ses produits à des entreprises de classe mondiale figurant au palmarès Fortune 1000 ainsi qu'à des gouvernements. L'entreprise emploie certains des spécialistes les plus chevronnés de l'industrie et offre des logiciels et du matériel de protection informatique parmi les plus performants et les plus recherchés sur le marché. Sa gamme de produits comprend des services d'experts-conseils en sécurité, des logiciels et du matériel de protection informatique, des stages d'apprentissage sur l'utilisation de ses produits ainsi que des programmes de formation et d'éducation en matière de sécurité. « Nos formateurs peuvent se rendre là où le client a besoin d'eux. Ils sont en mesure de traiter de toutes les facettes de ce domaine, depuis la sensibilisation des administrateurs à la question de la sécurité jusqu'aux moyens de contrer le piratage. »

Historique

Dès son entrée au service de l'un des plus importants fournisseurs mondiaux de logiciels d'entreprise, et animée de l'esprit d'entrepreneuriat, Rosaleen a amorcé son ascension pour devenir l'une des femmes d'affaires les plus en vue au Canada dans le domaine de la haute technologie. En 1993, elle a fondé 4COMM Inc., une entreprise offrant des solutions de protection informatique, et c'est grâce à elle que les entreprises Fortune 500 ont dès lors pu avoir accès à des solutions inédites en cette matière. « Comme il y avait vraiment une lacune dans le domaine des systèmes de protection des réseaux informatiques, nous avons pu y faire œuvre de pionniers. » En 2000, 4COMM a été achetée par une société point com. En 2001, Rosaleen fondait WhiteHat. Aujourd'hui, elle est une conférencière incontournable, et fort recherchée par les médias lorsqu'il s'agit de convaincre un auditoire de la nécessité d'une plus grande sécurité dans l'univers actuel de la haute technologie.

Distinctions

À deux reprises, en 2002 et en 2003, Rosaleen a été classée par les magazines PROFIT et Chatelaine parmi les 100 femmes canadiennes propriétaires d'entreprise les plus méritoires au pays, et elle est actuellement en nomination

pour le Prix de l'entrepreneur de l'année au palmarès d'Ernst and Young.

Pourquoi exporter

« Le marché des États-Unis étant, de par sa taille, 10 fois supérieur à celui du Canada, il est probable qu'en y exportant, nous allons – au minimum – quadrupler notre chiffre d'affaires. »

Ressources utilisées

Parmi les ressources dont Rosaleen a pu profiter, mentionnons le régime d'assurance d'Exportation et développement Canada qui vise à protéger les entreprises en cas de défaut de paiement de la part de clients, les études de marché produites par le Service des délégués commerciaux, les événements organisés par l'industrie ainsi que l'adhésion à CATAAlliance, association qui contribue vraiment à faire connaître la technologie canadienne, et à la Burlington Economic Development Corporation. « La BEDC offre un soutien des programmes aux entreprises locales et leur offre, et elle nous aide à promouvoir nos produits aux États-Unis et ailleurs dans le monde. Son infrastructure et ses programmes sont vraiment impressionnants. Je dois dire que je ne connais aucune autre ville qui soit aussi attentive aux besoins de l'entreprise que Burlington. »

Le plus grand défi

« C'est l'expédition des produits à l'étranger. Il vous faut soigner vos relations avec votre courtier en douane pour vous assurer que vos produits arriveront à temps. Le client ne devrait pas avoir à se soucier des questions de livraison; la vente devrait se faire sans heurts... ce qui vaut également pour les retours de marchandise. Réglez vous-même ces problèmes. »

Conseils à l'exportation

► Établissez des liens étroits avec vos politiciens locaux. « C'est étonnant ce qu'ils peuvent faire pour accroître votre visibilité. Adressez-vous d'abord aux responsables de la promotion commerciale, faites-vous inscrire sur leur liste d'envoi, participez aux réceptions et, surtout, constituez-vous des réseaux. De telles relations peuvent se ramifier. Elles nous ont permis de gagner de nouveaux clients par l'entremise de leurs bureaux, au Canada, aux États-Unis ou en Europe. »

► Soyez confiant. « Ne croyez pas que vos produits ou services sont inférieurs à ceux qu'offrent les Américains. Les produits et services canadiens sont généralement d'une incroyable qualité. Osez exporter. »

► Profitez des mesures incitatives locales favorisant le développement économique. « Si vous projetez d'ouvrir un bureau aux États-Unis, rendez-vous sur place et familiarisez-vous avec les localités situées dans votre région cible. Beaucoup d'entre elles offrent des mesures incitatives aux entreprises – par exemple des avantages fiscaux sur plusieurs années pour vous aider à démarrer, ou encore le remboursement d'une partie du salaire des employés parce que vous emploieriez des Américains. L'idée, c'est de choisir la bonne ville. »

► Communiquez avec les autorités fiscales. « Il vous faudra également obtenir auprès de l'IRS vos codes fiscaux et votre numéro d'identification aux fins de l'impôt américain. Un nombre incroyable d'avantages sont offerts aux femmes qui créent leur entreprise dans ce pays. Par exemple, les entreprises dont les propriétaires sont des femmes étant considérées comme désavantagées, le gouvernement fédéral américain vous aidera à obtenir une certaine proportion des marchés publics impartis à votre industrie si vous inscrivez votre entreprise auprès des autorités fédérales compétentes. »

Objectifs futurs d'exportation

« Notre objectif est de nous hisser au premier rang des fournisseurs de logiciels de sécurité en Amérique du Nord, et voir nos ventes à l'exportation représenter 80 % de notre chiffre d'affaires. Pour 2004, nous entendons déployer de grands efforts de pénétration du marché américain, et ouvrir un bureau dans l'État de New York. Nous visons également les marchés britanniques et irlandais. Nous sommes en pourparlers avec d'éventuels partenaires dans d'autres pays qui prennent conscience de l'importance des questions de sécurité. Bien entendu, l'exportation de notre expertise en matière de sensibilisation et de formation à la sécurité fait partie de nos projets, mais il faudra y mettre du temps et des efforts pour y parvenir. Nous avons été sollicités à maintes reprises en ce sens, le moment est venu pour nous d'envisager ces autres possibilités. »