

## Exporter est synonyme de prix, qualité

(Suite de la page 2)

même non seulement choisir la matière première pour ses tiges, mais fournir lui-même le filament.

Comme le précise M. Corriveau, « c'est fait sur mesure, ce qui fait l'une des forces de la compagnie. »

### Prix, qualité, adaptabilité

Pour maintenir cette grande adaptabilité, Lippert poursuit constamment des recherches axées non seulement sur ses produits, mais sur ses machines de fabrication.

Ses produits sont déjà certifiés par l'Organisation internationale de normalisation (ISO), ce qui garantit aux nombreux clients étrangers une qualité supérieure.

En ce qui a trait aux machines, la société a fait appel à l'aide de divers organismes gouvernementaux pour développer une nouvelle technologie et de nouvelles machines de production.

Aux dires de M. Corriveau, « Notre collaboration avec le Centre de recherche industrielle du Québec (CRIQ), le ministère de l'Industrie, du Commerce, de la Science et de la Technologie du Québec, le Conseil national de recherches de Canada et le Centre d'innovation industrielle de Montréal dure depuis 6 ans. »

Quant au rapport qualité-prix, il constitue un autre avantage pour la Lippert. « Il est d'ailleurs, » selon M. Corriveau, « l'un des facteurs qui nous ont permis de percer si rapidement le marché de nos 20 pays acheteurs. »

### Trucs du métier

Outre la grande adaptabilité des produits aux besoins du client, ainsi que des prix très concurrentiels, Lippert offre une livraison rapide, qui peut varier de deux semaines jusqu'à quelques jours seulement, selon les exigences du client.

### Comment Lippert découvre-t-elle de nouveaux marchés?

Elle fait appel aux ambassades et aux consulats du Canada à l'étranger pour obtenir le nom de

clients éventuels, mais de plus en plus il s'agit de recommandations de clients actuels hautement satisfaits des produits.

« Il arrive même, » confie M. Corriveau, « que de grosses compagnies parmi nos clients nous donnent le nom de leurs compétiteurs, tant ces clients sont satisfaits de nos produits. »

On ne peut demander de meilleure recommandation!

Pour aborder les clients éventuels, M. Corriveau procède de la façon suivante :

1. télécopier une description des produits;
2. téléphoner, si la réponse est positive;
3. déterminer le modèle du produit, puis envoyer un échantillon;
4. faire un voyage de prospection.

Dans ce dernier cas, M. Corriveau recommande de repérer plusieurs clients éventuels d'une même région pour éviter d'avoir à faire plusieurs grands voyages.

Quant à la visite elle-même, M. Corriveau conseille fortement qu'elle soit effectuée par non seulement le président de l'entreprise, mais que celui-ci soit accompagné et du gérant des ventes et du gérant de fabrication.

« Beaucoup de sociétés essayent de recouper les visites en n'envoyant qu'une personne, ce qui, » selon M. Corriveau, « est une perte de temps et mène à la frustration. »

« Nous faisons toujours nos visites à trois, muni d'une ou deux valises à échantillons, » ajoute-t-il, « ce qui a toujours rapporté une commande en mains ou au moins une à venir. »

« Nous pouvons ainsi prendre toutes les décisions sur place car notre travail préparatoire a été bien exécuté (vérifier produits préférés, dimensions, matériaux). Nous offrons aussi des échantillons gratuits, contrairement à bien des compétiteurs, et ça rapporte toujours, » affirme-t-il.

M. Corriveau tient aussi à souligner que la planification minutieuse

doit être suivie d'une grande ponctualité dans les rendez-vous.

M. Corriveau recommande également d'offrir à bon escient de petits cadeaux typiquement canadiens (outardes, petites sculptures inuits), même s'il est convaincu que le simple fait d'être Canadien et d'être muni du passeport canadien ouvre en soi beaucoup de portes.

« Même les quelques difficultés, » dit-il, « qu'on peut parfois rencontrer aux douanes, on peut les éviter si toutes les vérifications auprès du client auront été faites d'avance, assurant traduction des documents ou autres. »

### L'avenir

En plus des convoyeurs (plus uniquement dans l'industrie des pâtes et papier, mais aussi des mines et minerais, boulangerie, montage, traitement des eaux usées), les tiges de jonction Lippert sont utilisées dans la fabrication de couvertures de téflon pour toits de stades, couvertures qui sont fabriquées surtout par de grandes entreprises multinationales.

Cette diversification de produits, de marchés (une vingtaine de pays) et de clients offre un autre avantage, selon M. Corriveau : il n'y a jamais de période morte dans les ventes.

Mais Lippert songe déjà non seulement à se lancer dans la fabrication d'autres produits, tels les anneaux dans lesquels s'introduisent les tiges, mais également à conquérir encore d'autres marchés.

« D'ici deux à trois ans, » révèle M. Corriveau, « nous visons 40 pays, y compris la Chine où nous n'avons encore que de faibles percées, surtout par le biais de Hong Kong. »

Avec de tels atouts, nul doute que Lippert réussira.

Pour tout renseignement sur les Tiges de jonction Lippert Inc., communiquer avec le vice-président à la production, M. André Corriveau, tél. : (819) 864-7234, fax : (819) 864-6362.

## Des documents des banques de développement sont maintenant disponibles à l'ACDI

Divers documents des institutions financières internationales (IFI), liés à des projets, qui étaient auparavant entreposés à la bibliothèque du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, ont été transférés au Centre de documentation de l'Agence canadienne de développement international (ACDI).

Ces documents comprennent des publications telles que des résumés sur les pays des IFI, des rapports d'évaluation des projets, des rapports d'achèvement des projets et des renseignements préliminaires sur des projets prévus.

A également été transféré le service de prêt de documents des IFI qui fournit à des entreprises du secteur privé, dûment enregistrées, un accès rapide à des renseignements d'ordre commercial, directement auprès des IFI.

Pour avoir accès à ces documents,

généralement pour des prêts d'un mois, les organisations doivent être enregistrées dans la base de données WIN Exports et être inscrites sur la liste des clients du service de prêt de documents des IFI de la Direction des finances internationales (TPF) du MAECI.

Le transfert, effectué à l'automne 1995, s'est fait en réponse au Rapport du Groupe de travail interministériel sur le potentiel commercial des IFI, publié en juin, selon lequel le gouvernement doit mieux gérer les ressources actuelles s'il veut aider les entreprises canadiennes à obtenir une plus grande part des contrats financés par les IFI.

Les IFI, telles que la Banque mondiale et les banques de développement régional, avancent plus de 40 milliards de dollars US par an pour des projets d'immobilisations

dans le monde. Toutefois, les études révèlent que les entreprises canadiennes n'obtiennent pas autant de contrats financés par les IFI que leurs homologues de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE).

Les personnes qui ont des questions au sujet du transfert des documents des IFI, ou qui veulent s'assurer que leur organisation figure bien sur la liste des clients du service de prêt de documents des IFI, peuvent communiquer avec la Direction des finances internationales (TPF) du MAECI, tél. : (613) 995-7521; fax : (613) 943-1100.

Pour s'enregistrer dans la base de données WIN Exports, communiquer aux numéros suivants : tél. : (613) 992-3005 ou fax : 1-800-267-8376 et demander une brochure d'inscription à la base de données WIN Exports.

## Un fabricant de logiciels de Toronto fait un pas important aux États-Unis

Un fabricant de logiciels de premier plan de Toronto, Longview Solutions Inc., a établi une tête de pont sur le vaste marché américain — avec un peu d'aide du consulat général du Canada à Atlanta.

La transaction du mois dernier de Longview — qui comportait un investissement privé de 3 millions de dollars, sous forme de capitaux propres, dans Edison Ventures, du New Jersey, a été organisée par l'Am-

bassador Capital Corporation.

De son côté, cette banque d'investissement d'Atlanta avait été mise en contact avec Longview par le consulat général du Canada à Atlanta pendant l'exposition Comdex-Printemps '95, où Longview était l'un des exposants au stand national du Canada.

En raison de cette transaction, Longview projette d'ouvrir une série de bureaux de vente aux États-Unis.

## Conférence trilatérale sur l'éducation supérieure

(Suite de la page 3)

ciations professionnelles, comme celles des ingénieurs, ont pris des mesures en vue de reconnaître la formation acquise dans les différents pays, et d'autres associations sont en train d'emboîter le pas. Des serveurs de listes, dans les trois pays, permettent maintenant d'obtenir plus facilement de l'information sur les

occasions de collaboration.

Des invitations pour assister à la conférence de Guadalajara seront envoyées à quelque 200 délégués canadiens provenant du milieu universitaire, du monde des affaires, des organismes non gouvernementaux, des fondations et des ministères compétents.

Les personnes qui désirent d'autres renseignements, ou qui veulent recevoir une invitation, peuvent communiquer avec Jean-François Bergeron, au ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, par téléphone au (613) 992-9919, ou par télécopieur au (613) 992-5965.