

Quelle est leur situation aujourd'hui?



<< Assurez-vous d'être inscrits auprès des délégués commerciaux du Canada >>

Suzanne L. Lebel
Présidente et directrice générale
d'ALERT B&C Corporation

Laval (Québec)
Tél. : 450-688-4499 / 1-877-684-3637
Courriel : slebel@alertbc.com
www.alertbc.com

Année de fondation : 1995

Employés : 6

Années d'exportation : 12

Ventes à l'exportation en 1997 : 100 %

Ventes à l'exportation en 2007 : 100 %

Marchés d'exportation : États-Unis, Europe, Asie, Moyen-Orient

DESCRIPTION : Chef de file dans les technologies de défense biochimique, ALERT B&C™ fournit des produits et des solutions de haute qualité à l'armée, aux aéroports, à la police, aux services d'incendie et aux hôpitaux afin d'assurer la sécurité des personnes dans le monde entier.

AVANTAGE CONCURRENTIEL : Le produit principal de la société TRAKER™ est non seulement portable, mais il peut également déceler et identifier plus d'un agent comme un virus, un champignon, une bactérie ou un produit chimique ainsi que plus d'une des formes de celui-ci, à savoir solide, liquide ou gazeuse. Les autres produits offerts sur le marché ne peuvent détecter des agents que sous une seule forme.

DÉMARCHE DE CROISSANCE : Étant donné sa formation en biologie moléculaire, M^{me} Lebel a lancé, en 1995, le prédécesseur d'ALERT B&C™, Genomics One Corporation, une entreprise de biotechnologie qui se concentrait sur la recherche en génomique. Elle s'est introduite en bourse et a acquis des filiales à Toronto et aux États-Unis, mais a trouvé peu d'occasions de poursuivre la croissance après le krach du marché technologique au début de la décennie. En 2005, après avoir acheté des brevets de dispositifs qui peuvent déceler et identifier des agents chimiques et biologiques, puis un distributeur en France qui savait comment assembler et fabriquer la technologie, M^{me} Lebel a changé de domaine d'activité pour se tourner vers la défense biochimique et a renommé sa société ALERT B&C™ en 2006.

DÉMARCHE DE COMMERCIALISATION INTERNATIONALE :

« Il faudrait des années pour obtenir les contrats en envoyant des courriels et en frappant aux portes, sans peut-être obtenir de résultats. Lorsqu'on cible l'armée et la sécurité publique ainsi que les représentants d'aéroports, il est important d'avoir des contacts tels qu'un général ou quelqu'un du ministère de la Défense pour vous présenter aux responsables. Nos « directeurs intermédiaires » sont des personnes sur le terrain. Nous étudions également des partenariats avec des entreprises qui offrent des solutions en matière de sécurité (du détecteur de mouvements jusqu'aux cartes magnétiques) afin de pouvoir pénétrer de nouveaux marchés particuliers plus rapidement que si nous le faisons seuls. »

ENSEIGNEMENT TIRÉ : « Toute exportation ou vente dépend toujours de la concurrence et du prix. Si vous voulez survivre, vous devez être en mesure de modifier vos prix pour suivre l'évolution du marché et vous devez disposer des moyens nécessaires pour soutenir votre stratégie. »

PRINCIPAL OBSTACLE À L'EXPORTATION : « Il peut être difficile de trouver le partenaire qui vous convient dans un pays étranger. Lorsque vous faites votre choix, il est important de le rencontrer en personne au début. Il faut chercher quelqu'un qui vous donnera un avantage concurrentiel pour que vous puissiez progresser plus rapidement et trouvez un partenaire qui croit en votre produit et qui en a besoin dans son portefeuille. »

CONSEIL EN MATIÈRE D'EXPORTATION : « Assurez-vous d'être inscrits auprès des délégués commerciaux du Canada parce qu'ils vous enverront des renseignements sur diverses sociétés et vous inviteront à participer à des missions commerciales. »

CROISSANCE FUTURE : M^{me} Lebel concentrera ses efforts sur l'Europe, les États-Unis et l'Asie puisque ceux-ci représentent les marchés les plus importants pour la défense biochimique. ALERT B&C™ s'efforce toujours de se faire des relations dans l'armée et d'autres secteurs cibles. « Si vous désirez vendre à des gouvernements, vous devez embaucher des personnes qui viennent de ce milieu et qui comprennent le processus. »

Réflexions sur la mission commerciale de 1997 à Washington

Avantages : « J'ai établi d'excellents contacts et je les ai conservés. Certaines des personnes que j'ai rencontrées sont même devenues des membres de mon conseil d'administration. Le fait de découvrir que quelque soit le domaine où l'on se trouve, on connaît toujours les mêmes difficultés de croissance, a présenté pour moi beaucoup d'intérêt et d'utilité. »

Événement marquant : « On a même tenu des discussions ouvertes avec des représentants des gouvernements américains et canadiens où nous avons posé des questions, nous nous sommes renseignés sur les programmes qui pourraient nous aider et nous avons formulé des recommandations sur les améliorations qui pourraient être utiles aux femmes d'affaires. Il s'agissait de la première fois où j'avais l'occasion de participer à une activité de ce genre et où je pouvais donner une rétroaction directe. »

Principale réussite : « L'un de mes objectifs consistait à établir de bons partenariats pour nos produits, mais comme je ne pouvais pas trouver de technologies ni de produits qui correspondaient à notre portefeuille, nous avons acheté plus tard des sociétés canadiennes et américaines dans les domaines de la vente et de la distribution. »