

# Amana Tech Consulting Inc.

■ Saskatoon, Saskatchewan ■ Nezar Freeny, Président ■ L'entreprise a été fondée au printemps 2001 par M. Freeny, qui avait alors 28 ans ■ Elle compte moins de dix salariés et exporte depuis octobre 2001 ■ Ventes à l'exportation : 90 % ■ Marché d'exportation : golfe Persique

Les Émirats arabes unis (EAU) ne constituent pas le premier marché auquel la plupart des jeunes exportateurs s'attaqueraient. Toutefois, Nezar Freeny, président d'Amana Tech Consulting, n'est pas n'importe quel exportateur, malgré son jeune âge. Dans l'univers concurrentiel des solutions Web, M. Freeny s'est taillé une place enviable. Il a aussi découvert qu'il peut compter sur l'aide du gouvernement du Canada et de celui de la Saskatchewan pour appuyer ses projets d'exportation. En fait, M. Freeny pourrait servir de modèle pour la promotion des programmes et services gouvernementaux d'aide à l'exportation. La bonne demi-douzaine de programmes ou services dont il s'est prévalu durant sa seule première année d'activité commerciale lui ont permis de décrocher ses deux premiers gros contrats dans la région du golfe Persique. Et ce n'est qu'un début.

**Amana est ...** une entreprise qui offre une gamme étendue de solutions Web en anglais et en arabe à des clients d'Amérique du Nord et du golfe Persique. Amana

travaillé quelques années pour perfectionner ses compétences informatiques dans les domaines de la gestion de réseaux et du développement de logiciels, M. Freeny s'est vite

par jour, sept jours par semaine, dans leur langue. Quant à la concurrence livrée par les sociétés américaines qui ont traditionnellement servi la région du golfe Persique, Amana peut assurer un service équivalent à moindre coût parce que « les prix sont en dollars canadiens ».

La stratégie repose sur l'établissement de contacts

## La stratégie repose sur l'établissement de contacts

Le premier contrat d'exportation d'Amana – avec Al Ghurair Private Company de Dubaï, EAU, société évaluée à plusieurs milliards de dollars – a été le fruit d'une stratégie d'exportation minutieusement exécutée et visant à faire connaître l'entreprise dans une région où « les contacts prennent le pas sur les compétences ».

« Si vous êtes une petite entreprise, vous devriez toujours vous renseigner sur les programmes et services gouvernementaux offerts et y avoir recours. »

se spécialise dans la prestation de services d'hébergement Web et d'enregistrement de noms de domaine qu'elle fournit à de jeunes entreprises locales, à des entreprises situées en Amérique du Nord, mais appartenant à des intérêts du Moyen-Orient et à des entreprises du golfe Persique.

## Du Soudan à la Saskatchewan

M. Freeny a acquis son sens des affaires à un jeune âge. Il n'avait que sept ans lorsqu'il a commencé à donner un coup de main à l'entreprise de fabrication de son père au Soudan. À neuf ans, il était surveillant de l'atelier et, en l'absence de son père, c'est lui qui prenait les décisions.



rendu compte qu'il n'y avait pas de fournisseur Web au Canada et à l'étranger offrant des services en anglais et en arabe.

« Je possédais les connaissances linguistiques et culturelles, et j'estimais avoir l'âge nécessaire pour démarrer ma propre entreprise », de déclarer M. Freeny. « Les gens dans la vingtaine sont plus disposés à prendre des risques, car ils ne se sont pas encore tout à fait sédentarisés. Cette caractéristique, qui est considérée comme un point faible chez les jeunes, peut devenir un véritable avantage lorsqu'il s'agit de créer une entreprise. »

## Services adaptés aux marchés étrangers

Comment une petite entreprise de TI de la Saskatchewan réussit-elle à trouver et à conserver des clients de langue arabe de l'autre côté du globe? En leur offrant un service de vente et d'appui à la clientèle 24 heures

À l'automne 2001, M. Freeny a assisté à GITEX, la plus importante foire commerciale des TI dans la région du golfe Persique. Il y a pris part à titre d'observateur, et non d'exposant, pour déterminer si son entreprise pouvait répondre aux besoins du marché et, plus important encore, pour établir des relations. Le gouvernement du Qatar, avec lequel Amana a signé son deuxième contrat, en juillet 2002, était un des exposants avec lesquels M. Freeny s'est mis en rapport à la foire.

Tandis qu'il se trouvait à Dubaï, un ami personnel de M. Freeny a organisé une rencontre privée avec le président d'Al Ghurair Private Company. Après six mois de négociations, Amana a été choisie pour assurer les services d'hébergement Web aux 40 entreprises appartenant à la riche société. « Ce contrat a essentiellement établi notre réputation dans la région, et a contribué à la signature de notre contrat avec le gouvernement du Qatar. Les

références fournies par Al Ghurair ont aussi donné du poids à nos démarches. »

La persistance a aussi assuré le succès de M. Freeny : « Je téléphonais sans cesse aux représentants du gouvernement du Qatar. J'ai obtenu des résultats à partir de presque rien. Il faut persister dans ses efforts. »

## Le défi : la création de l'entreprise « Amana »

M. Freeny n'a pas choisi la raison sociale arabe de l'entreprise par simple fantaisie : le mot « Amana » signifie « confiance ». Gagner la confiance des gens constituait le principal défi du jeune entrepreneur. « La plupart des dirigeants d'entreprise avec lesquels nous traitons ont deux fois mon âge, et de façon générale, les personnes plus âgées hésitent davantage à accorder leur confiance à quelqu'un de beaucoup plus jeune, particulièrement lorsqu'il s'agit de signer un important contrat d'affaire. »

Un des facteurs ayant grandement contribué à l'obtention du contrat de Dubaï a été le fait que le président d'Al Ghurair avait confiance en « l'intermédiaire » qui, à son tour, accordait sa confiance à M. Freeny. Pour les autres contrats, M. Freeny envoie à ses clients éventuels une liste de ses réalisations et de ses qualifications avant de les rencontrer. « Ainsi, les gens ont une certaine perception préalable, de sorte qu'ils sont moins susceptibles de demander à voir le principal responsable lorsqu'ils me rencontrent pour la première fois. »

## Multitude de programmes d'aide

Compte tenu des nombreux programmes et de services fédéraux et provinciaux dont Amana s'est déjà prévalu dans le cadre de ses projets d'exportation, il ressort clairement que M. Freeny sait qu'il peut compter sur l'appui du gouvernement. Il a d'abord communiqué avec le Centre du commerce international de Saskatoon, qui l'a aiguillé vers le consulat du Canada à Dubaï. Le



De gauche à droite : Tim Marshall, Fouad Soueid, Janea Bellay, Hatem Al Sibai, Christopher Thornby. Signature du contrat entre Amana Tech Consulting Inc. et la compagnie privée Al Ghurair au Consulat canadien en mai 2002.

consulat lui a fourni des renseignements utiles sur le marché et, à la demande de M. Freeny, a participé à la signature officielle du contrat de Dubaï obtenu par Amana. « Aux EAU, on accorde beaucoup d'importance à la collaboration de votre gouvernement. Nous sommes une petite entreprise de la Saskatchewan, personne ne nous connaît réellement. L'appui du consulat a établi notre crédibilité. Le consulat a aussi veillé à ce que notre présence fasse l'objet d'une ample couverture médiatique, ce qui nous a permis de nous faire connaître dans la région. »

M. Freeny attribue une bonne part de son succès au fait que son entreprise est située dans le parc scientifique de Saskatoon, Innovation Place, qui a été créé par le gouvernement de la Saskatchewan. « Nous sommes entourés de gens avec lesquels nous pouvons échanger des idées, et l'infrastructure Internet est superbe. Il est très difficile de bénéficier de tels avantages si vous louez simplement un bureau et devez vous débrouiller seul. »

Amana a aussi obtenu des rapports de marché de Saskatchewan Trade and Export Partnership (STEP), ce qui lui a permis de gagner du temps.

Dans le cadre du Programme de stages internationaux pour les jeunes de Développement des ressources humaines Canada, M. Freeny a embauché une directrice de la commercialisation et a bénéficié de l'aide du programme lorsque celle-ci s'est rendue à Dubaï pour la signature du contrat.

## Patience!

Les conseils de M. Freeny à l'endroit des jeunes exportateurs peuvent se résumer en un mot : patience. « C'est comme aller au cinéma : si vous n'avez pas la patience d'attendre en ligne, vous ne verrez pas le film. »

« Sachez à l'avance que lorsque vous approchez des clients éventuels, ceux-ci vous opposeront un refus. Apprenez à convertir les « non » en des « non, pas pour le moment ». Communiquez avec ces clients deux ou trois mois plus tard, lorsque vous aurez acquis un peu plus d'expérience. Ne cessez pas de téléphoner. »

Tél. : (306) 933-9825  
Courriel : info@amana.ca  
Site Web : www.amana.ca