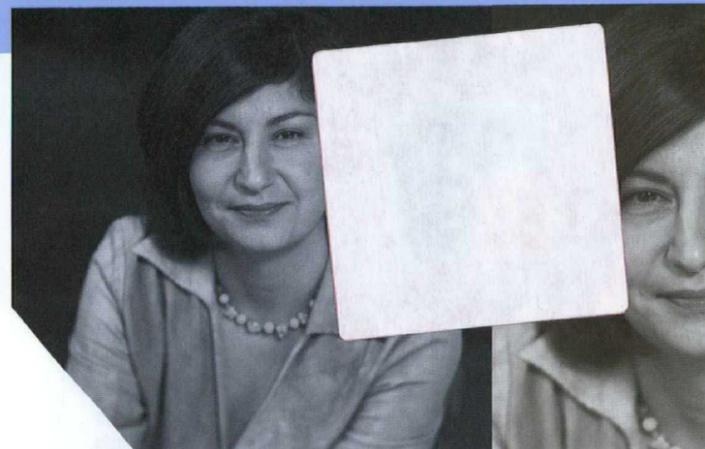


« Les consommateurs sont partout les mêmes, mais ils sont aussi tous différents. »

HANA ZALZAL

M^{me} HANA ZALZAL, Fondatrice et présidente

CARGO Cosmetics Année de création : 1995
Toronto (Ontario) Employés : 15
Tél. : (416) 847-0700 Nombre d'années d'exportation : 7
Télec. : (416) 847-0770 Ventes à l'exportation : 75%
Courriel : hana@cargocosmetics.com Marchés d'exportation : États-Unis,
Site Web : www.cargocosmetics.com Royaume-Uni, Arabie Saoudite,
Puerto Rico, France, Australie



Description de l'entreprise : Chef de file dans la création de nouveaux produits, CARGO Cosmetics fabrique une ligne de produits de maquillage et de brosses de qualité professionnelle qui sont vendues dans des magasins au détail, au Canada et dans le monde, ainsi qu'en ligne. Ses produits à usages multiples pouvant être utilisés n'importe où, de même que son emballage primé, ont été découverts très tôt par les maquilleurs, qui s'en servent pour des émissions télévisées comme Beautés désespérées et CSI. Une partie des bénéfices provenant d'une gamme spéciale de tons de rouge à lèvres personnalisés, conçue par des célébrités va à des organismes de charité pour enfants.

M^{me} Zalzal a éprouvé une grande satisfaction lorsque le détaillant international Sephora a commencé à vendre ses produits cosmétiques sur les Champs Élysées à Paris. L'ouverture d'un magasin Sephora sur la côte Ouest des États-Unis a constitué une autre étape importante pour son entreprise. « Offrir nos produits directement là où se trouve notre importante clientèle de maquilleurs professionnels s'est révélé une stratégie importante pour nous », explique-t-elle.

Née en Égypte, M^{me} Zalzal, qui a immigré au Canada avec sa famille lorsqu'elle était enfant, a reçu une formation en génie civil, domaine dans lequel elle souhaitait à l'origine faire carrière. Cependant, elle a toujours eu pour objectif de diriger sa propre entreprise. Grande utilisatrice de cosmétiques, elle a décelé sur ce marché une occasion d'affaires. « J'ai remarqué que l'attitude des consommateurs changeait et j'ai estimé que, dans l'avenir, les marques-crêneau s'imposeraient vraiment sur le marché, déclare-t-elle. C'est alors que l'idée de CARGO Cosmetics lui est venue.

L'EXPORTATION : UNE ÉTAPE LOGIQUE

Les premières expériences de l'entreprise en matière d'exportation n'ont pas tardé, précipitées par la demande des distributeurs et des magasins du monde entier. « C'était un défi de taille que d'essayer de savoir qui serait un bon distributeur ou quel magasin conviendrait à nos produits, surtout dans des pays inconnus », déclare M^{me} Zalzal. Les États-Unis semblaient constituer une progression naturelle pour CARGO, « car je connais le marché américain : je regarde les émissions de télévision et les films de ce pays, je mange sa nourriture et je porte ses vêtements. »

Dans une grande mesure, l'entreprise a choisi ses marchés internationaux en raison des distributeurs qui se sont présentés à elle. Toutefois, M^{me} Zalzal sélectionne minutieusement les représentants de CARGO, et elle en refuse plus qu'elle n'en accepte. « Vos distributeurs doivent être crédibles, fiables et capables de bien promouvoir la marque, souligne-t-elle. Ils doivent être en mesure de préserver l'intégrité de l'image de marque que nous avons créée au siège social, mais aussi de choisir la méthode de promotion qui réponde aux attentes du marché local. »

M^{me} Zalzal s'assure également de réduire au minimum ses risques sur les marchés étrangers; CARGO a donc contracté une

assurance-comptes clients auprès d'Exportation et développement Canada (EDC) en vue de se protéger si les acheteurs étrangers ne paient pas. « EDC a été notre premier choix peu de temps après que nous ayons commencé à exporter, en raison de ses résultats excellents et fiables. Et il est facile de collaborer avec cet organisme. »

NUANCES DU MARCHÉ

La connaissance qu'a M^{me} Zalzal de différentes cultures lui a appris que « les consommateurs sont partout les mêmes, mais ils sont aussi tous différents. La passion des femmes pour le maquillage en tant qu'outil permettant de s'exprimer est une constante. » Alors qu'elle estime être déjà à l'écoute des besoins des consommateurs canadiens et américains, elle continue de découvrir les nuances subtiles qui caractérisent les clients dans le monde entier. CARGO prévoit notamment poursuivre sa croissance en Europe et aux États-Unis.

Enseignements tirés

CRÉATION D'UNE IMAGE DE MARQUE MONDIALE

Lauréate en 2003 du prix des 40 principaux entrepreneurs de moins de 40 ans – le Top 40 Under 40 Award – décerné par *Report on Business Magazine*, M^{me} Zalzal a toujours été fascinée par les marques, et la création d'une identité mondiale n'a pas de secret pour elle. CARGO a bénéficié d'une couverture médiatique dans des publications telles que *TIME*, *la Wall Street Journal*, *People*, *Elle* et *Vogue*. Ayant réussi à se faire connaître sans investir d'importantes sommes dans la publicité, M^{me} Zalzal donne les conseils suivants pour la création d'une image de marque qui peut transcender les cultures.

■ **Établissez votre identité.** CARGO est synonyme de qualité, de style, d'innovation et de juste prix. Sa devise, Be-you-tiful™, encourage les femmes à se découvrir, à s'exprimer et à se renouveler.

■ **Faites connaître votre produit.** CARGO génère de la publicité en parrainant des activités, comme des fêtes dans le cadre des festivals du film. Une année, CARGO a même été la marque exclusive des produits de maquillage placés dans les paniers-cadeaux des Oscars. M^{me} Zalzal recherche également des personnes influentes qui peuvent utiliser et appuyer ses produits, comme des éditeurs de revues de beauté, des maquilleurs connus ou des célébrités telles Britney Spears.

■ **Créez un lien affectif.** Établissez un lien entre votre marque et le mode de vie ou les aspirations des consommateurs. CARGO répond aux besoins des femmes d'aujourd'hui et donne à ses produits le nom de destinations connues dans le monde; par exemple, Bora Bora, par exemple, est un brillant à lèvres d'un rose tropical. « Les consommateurs n'achètent pas seulement un produit, mais aussi une marque, » insiste M^{me} Zalzal.

■ **Ne cessez jamais d'évoluer.** Repensez et réinventez continuellement. « Nous nous efforçons constamment de rendre nos cosmétiques plus « intelligents ». CARGO utilise l'appui qu'elle reçoit des maquilleurs. « Nous leur demandons toujours leur avis lorsque nous mettons au point de nouveaux produits. »

L'EXPANSION : UNE AFFAIRE D'ÉQUIPE...

D'un océan à l'autre, des organismes aident les femmes à faire croître leur entreprise et à étendre leurs activités au-delà des frontières en leur offrant des conseils, du mentorat, des ressources professionnelles, du financement, des ateliers et des séminaires. Ces organismes donnent aussi des occasions de réseautage et de développement de contacts et opportunités d'affaires. Assurez-vous de jeter un œil à ceux de votre région.

Alberta Women Entrepreneurs (AWE)

Offre notamment une caisse de prêts aux entreprises.
Tél. : 1-800-713-3558 (sans frais); (403) 777-4250
Courriel : info@awebusiness.com
Site Web : www.awebusiness.com

Association canadienne des femmes cadres et entrepreneurs

Organisme établi à Toronto qui aide les femmes d'affaires à toutes les étapes de leur carrière.
Tél. : (416) 756-0000
Courriel : info@cawee.net
Site Web : www.cawee.net

Centre for Women in Business de l'Université Mount Saint Vincent

Offre notamment un service consultatif personnalisé.
Tél. : (902) 457-6449
Courriel : cwb@msvu.ca
Site Web : www.msvu.ca/cwb

DigitalEve International

Organisme mondial comptant neuf sections locales au Canada qui s'adresse aux femmes intéressées aux nouveaux médias.
Courriel : info@digitaleve.org
Site Web : www.digitaleve.org

Newfoundland and Labrador Organization of Women Entrepreneurs (NLOWE)

Offre divers services par l'entremise d'un réseau communautaire.
Tél. : 1 877 754-0555 (sans frais); (709) 754-5555
Courriel : nloweadmin@nfld.net
Site Web : www.nlowe.org

Organization of Women in International Trade (OWIT)

Il existe deux sections canadiennes parmi les quarante que compte mondialement l'OWIT, une organisation professionnelle créée dans le but de favoriser une plus grande participation des femmes qui font des affaires à l'échelle internationale.

OWIT-Toronto

Tél. : (416) 866-5426 (M^{me} Amanda de Vogel)
Courriel : amanda.devogel@sympatico.ca
Site Web : www.owit-toronto.ca

OWIT-Alberta (à Calgary)

Tél. : (403) 214-0224
Courriel : karin@owitalberta.org
Site Web : www.owitalberta.org

Association des femmes d'affaires de l'Île-du-Prince-Édouard (AFAIPE)

Fonctionne par l'entremise d'un réseau communautaire et en partenariat avec l'Agence de promotion économique du Canada atlantique (APECA).
Tél. : 1 866 892-6040 (sans frais); (902) 892-6040
Courriel : office@peibwa.org
Site Web : www.peibwa.org

Réseau des femmes d'affaires du Québec (RFAQ)

Offre des « cellules d'entraide » dont les membres se rencontrent tous les mois pour échanger des renseignements et des conseils.
Tél. : 1 800 332-2683 (sans frais); (514) 521-2441
Courriel : info@rfaq.ca
Site Web : www.rfaq.ca

Wired Woman Society

Encourage les femmes à explorer les débouchés dans le domaine de la technologie de l'information.
Tél. : (604) 605-8825
Courriel : info@wiredwoman.com
Site Web : www.wiredwoman.com

Women Business Owners of Manitoba (WBO)

Décerne des prix annuels, les *Manitoba Women Entrepreneur of the Year Awards*.
Tél. : (204) 775-7981
Courriel : info@wbom.mb.ca
Site Web : www.wbom.mb.ca

Women's Enterprise Society of BC (WESBC)

Offre notamment des services de financement et de réseautage interentreprises.
Tél. : 1 800 643-7014 (sans frais); (250) 868-3454
Courriel : info@wes.bc.ca
Site Web : www.wes.bc.ca

Women Entrepreneurs of Canada (WEC)

Réseau torontois pour les femmes à la tête d'entreprises axées sur la croissance qui est associé à d'autres organismes du Canada, des États-Unis et de l'étranger.
Tél. : 1-866-207-4439 (sans frais)
Courriel : wec@wec.ca
Site Web : www.wec.ca

Women Entrepreneurs of Saskatchewan Inc.

Apporte une aide financière sous forme de prêts et met sur pied des initiatives à l'intention des jeunes.
Tél. : 1 800 879-6331 (sans frais); (306) 477-7173
Courriel : info@womenentrepreneurs.sk.ca
Site Web : www.womenentrepreneurs.sk.ca

Women Presidents' Organization

Organise des discussions animées par une professionnelle à l'intention des présidentes d'entreprises ayant un revenu annuel de 1 à 2 millions de dollars; possède quatre sections canadiennes à Toronto et Montréal.
Tél. : (416) 762-1990
Courriel : abalan@karioss.com
Site Web : www.womenpresidentsorg.com

Centre d'entreprise des femmes du Manitoba (CEFM)

Avec le soutien de DEO, offre notamment des prêts pour le démarrage et la croissance des entreprises.
Tél. : 1 800 203-2343 (sans frais); (204) 988-1860
Courriel : wecinfo@wecm.ca
Site Web : www.wecm.ca