



Des propriétaires d'entreprises canadiennes qui se sont jointes à la mission commerciale à l'intention des femmes participent à la conférence nationale du WBENC, à Baltimore.

Les femmes contribuent à la diversité des chaînes d'approvisionnement mondiales

À l'heure actuelle, lorsqu'il est question de faire des affaires avec de grandes sociétés et des gouvernements partout dans le monde, les femmes sont largement sous-représentées dans les chaînes d'approvisionnement. En fait, WEConnect International estime que moins de 5 p. 100 des dépenses des gouvernements ou des sociétés, dans n'importe quel pays, sont destinées aux entreprises à propriété féminine.

Ce que certains considèrent peut-être comme un grave problème mène en fait à des débouchés grâce aux programmes de diversification des fournisseurs. D'abord créés aux États-Unis en 1997, les initiatives de diversification des fournisseurs, de plus en plus utilisées dans d'autres pays, aident à garantir que les grandes sociétés et les gouvernements réservent un pourcentage ou un montant pour les achats auprès d'entreprises appartenant à des groupes sous-représentés, comme les femmes et d'autres groupes minoritaires.

« Nous avons atteint le point de non-retour, dit M^{me} Mary Anderson, directrice générale de WEConnect Canada. Les sociétés adhèrent à la diversification des fournisseurs. Dans certains cas, elles se voient obligées de le faire pour des raisons de conformité en ce qui a trait aux occasions d'approvisionnement mondial. Le plus souvent, elles le font parce qu'elles adhèrent déjà à la diversification et souhaitent inclure davantage de groupes dans leurs chaînes d'approvisionnement. »

Le précurseur en la matière est le programme américain de diversification des achats, qui est géré par le National Minority Supplier Development Council et qui compte 3 500 sociétés membres. « Les initiatives de diversification des fournisseurs s'étendent maintenant à tous les secteurs d'activités. Cette industrie se chiffre à plusieurs milliards de dollars aux États-Unis, dit M^{me} Beth Pomper, déléguée commerciale établie à Philadelphie. Chaque entreprise tient une feuille de ses résultats en matière de diversification ainsi que des dossiers sur ses dépenses dans les produits et les services fournis par des femmes et d'autres groupes minoritaires. La rémunération au rendement des cadres supérieurs est liée au succès qu'ils obtiennent en ce qui concerne la diversification des fournisseurs. »

À l'échelle mondiale, plus de 80 p. 100 des multinationales, y compris Cisco, IBM, Intel, Manpower, Motorola et Pfizer, doivent assurer la diversification des fournisseurs en faisant appel à des fournisseurs de première et de deuxième catégorie. Bien que n'importe qui puisse faire des affaires avec des multinationales et des gouvernements, les entreprises qui souhaitent accéder aux programmes de diversification des fournisseurs doivent obtenir une certification à l'aide d'un programme de certification reconnu à l'échelle internationale comme celui qu'offre WEConnect Canada.

Après avoir déterminé quels sont les débouchés, les sociétés et les marchés qui vous intéressent, n'oubliez pas de profiter du savoir-faire et du soutien du Service des délégués commerciaux. Les délégués commerciaux au Canada et dans le monde entier peuvent vous aider à vous préparer à l'exportation, à évaluer votre potentiel dans le marché, à trouver des contacts qualifiés et à repérer les occasions d'affaires.

Quand ces occasions en or liées à la diversification des fournisseurs se présentent-elles? « Assurez un suivi auprès des acheteurs, et faites-le souvent, répond M^{me} Pomper. La plupart des acheteurs sont très réceptifs. Commencez par téléphoner ou par écrire un courriel au gestionnaire chargé de la diversification des fournisseurs, puis au directeur. Persévérez et sachez comment exploiter le système pour obtenir des résultats tangibles. »

Pour communiquer avec le Service des délégués commerciaux ou pour inscrire votre entreprise au Délégué commercial virtuel, consultez le www.deleguescommerciaux.gc.ca.

Ce qui se passe à Vegas... pourrait augmenter vos résultats nets

Joignez-vous à notre mission de diversification des fournisseurs à l'intention des femmes

Ne manquez pas le plus important salon commercial du monde à l'intention des entreprises à propriété féminine. L'expo-conférence annuelle du Women's Business Enterprise National Council (WBENC) est un salon incontournable pour les femmes qui veulent accéder à des contrats grâce à des programmes de diversification des fournisseurs des gouvernements et des sociétés. Joignez-vous à notre mission commerciale à Las Vegas, au Nevada, du 20 au 23 juin 2011, et assurez votre réussite en participant aux activités de réseautage. L'année dernière, l'expo-conférence du WBENC a attiré 3 200 participants et plus de 350 exposants, dont 120 entreprises à propriété féminine.

POURQUOI PARTICIPER?

Connaissances – Découvrez des occasions d'affaires avec des entreprises du palmarès Fortune 500 et rencontrez bon nombre de leurs acheteurs à un seul et unique endroit.

Contacts – Faites du réseautage avec des femmes aux vues similaires qui veulent faire des affaires, collaborer et former des alliances stratégiques.

Conférences – L'expo-conférence offre des ateliers éducatifs et des exposés de conférenciers de renom qui portent des messages convaincants, comme des dirigeants d'entreprises reconnus à l'échelle nationale et des auteurs à succès selon le *New York Times*.

Cette offre pour les délégués canadiens comprend également :

- des webinaires et des ateliers de préparation à la conférence;
- des ateliers de formation sur place;
- des séances d'information et de réseautage à l'intention des délégués canadiens;
- une invitation à la réception de WEConnect International;
- l'occasion d'être jumelée à une représentante d'une société américaine ayant reçu une certification d'entreprise à propriété féminine;
- le soutien des délégués commerciaux sur place.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur la conférence, consultez le www.wbenc.org/wbencconf (en anglais seulement).

Les missions commerciales sont-elles pour vous?

Si vous envisagez de prendre part à une mission commerciale, effectuez une analyse coûts-avantages. Veillez à obtenir certains résultats – comme des contacts, des débouchés ou de l'information sur le marché – en participant à cette mission. Après tout, vous y investissez du temps et de l'argent. Les renseignements sur les missions à venir sont régulièrement mis à jour à l'adresse www.canadexport.gc.ca.

Lorsque vous décidez de vous joindre à la mission, assurez-vous de vous préparer en conséquence à l'aide de la nouvelle trousse sur les missions commerciales offerte par Les femmes d'affaires en commerce international. Rempli de conseils et de modèles utiles, ce guide essentiel est accessible à www.femmesdaffairesencommerce.gc.ca.