

DOCS  
CA1  
EA  
C16  
FRE  
v. 24  
Septembe  
r 1,  
2006  
Copy 2

# CANADEXPORT

Dept. of Foreign Affairs  
Min. des Affaires étrangères

SEP 8 2006

Return to Departmental Library  
Retourner à la bibliothèque du Ministère

www.canadexport.gc.ca

Volume 24 > Numéro 14  
1<sup>er</sup> septembre 2006

DANS CE NUMÉRO > OUVREZ LA BOUCHE ET DITES « JA » >

## Débouchés sur le marché américain de la sécurité intérieure

Plus fébrile que jamais, le marché américain de la sécurité intérieure et de la défense, évalué à 30 milliards de dollars, s'accroît au rythme d'environ 12 % par année. Malgré cela, de nombreux plans d'urgence ne répondent toujours pas aux critères fédéraux, ce qui ouvre des débouchés intéressants pour les entreprises canadiennes.

Selon le *Nationwide Plan Review* du gouvernement américain, les plans opérationnels d'urgence dans 75 % des États et 90 % des zones urbaines sont inadéquats. Les entreprises et les administrations continuent d'investir dans les technologies et systèmes de détection, d'identification et de vérification des menaces, de filtrage (des gens et du fret), de surveillance, de pistage, d'analyse des données et de gestion de la cybersécurité.

Plusieurs firmes canadiennes vendent des technologies et solutions de sécurité spécialisées au gouvernement fédéral, aux États et aux municipalités.

Jack Gin, PDG de la firme vancouveroise Extreme CCTV, en fournit un bon exemple. En 10 ans, cet entrepreneur a bâti une entreprise cotée en bourse en ciblant un créneau de télésurveillance qu'il espérait accaparer, celui des systèmes infrarouges de vision nocturne. Près de la moitié de son chiffre d'affaires de 24 millions de dollars vient de clients américains des secteurs public et privé. Il conseille à ceux qui s'intéressent au marché américain de se spécialiser et d'acquérir une réputation inattaquable, un client à la fois.

Selon Jack Gin, il faut déterminer ce qu'on veut faire et s'assurer qu'on peut y exceller. Il faut partir tôt et viser petit afin de gagner. « Si vous essayez de viser trop haut, l'échec vous attend. Obtenez d'abord votre première commande et assurez-vous de bien l'exécuter. Soyez gagnant avec chacun de vos premiers clients. Vous aurez besoin d'eux pour bâtir votre réputation. »

Extreme CCTV et d'autres entreprises font part de leur expérience dans un guide intitulé *Le marché de la sécurité intérieure dans la région Nord-Est des États-Unis* :

*partenariat avec le secteur public*, préparé par le Service des délégués commerciaux du Canada. Le guide propose des contacts pour les acheteurs et les partenaires et renferme des détails sur la façon de repérer des débouchés prometteurs aux trois ordres



Ouvrir des débouchés aux États-Unis.

de gouvernement. Il fait toutefois une mise en garde : les exportateurs canadiens doivent s'attendre à consacrer au moins 250 000 dollars par année à la promotion pendant deux ou trois ans avant de pouvoir réaliser des profits durables.

« Nous sommes une nation d'innovateurs mais nous avons souvent moins d'ardeur pour la commercialisation, constate Judy Bradt, PDG de Summit Insight et principale auteure du guide. Les entreprises canadiennes imaginent bien des applications pour

voir page 5 - Selon un expert, il faut



Affaires étrangères et  
Commerce international Canada

Foreign Affairs and  
International Trade Canada

Canada