

Le mantra gagnant d'une entrepreneure

Si vous demandez à Tanya Shaw Weeks ce qu'il faut faire pour réussir en tant que femme entrepreneure sur le marché mondial, elle vous répondra qu'il faut poser le plus de questions possible, tout le temps.

« Ne soyez pas gênées. Beaucoup de renseignements utiles ne demandent qu'à être révélés », dit-elle.

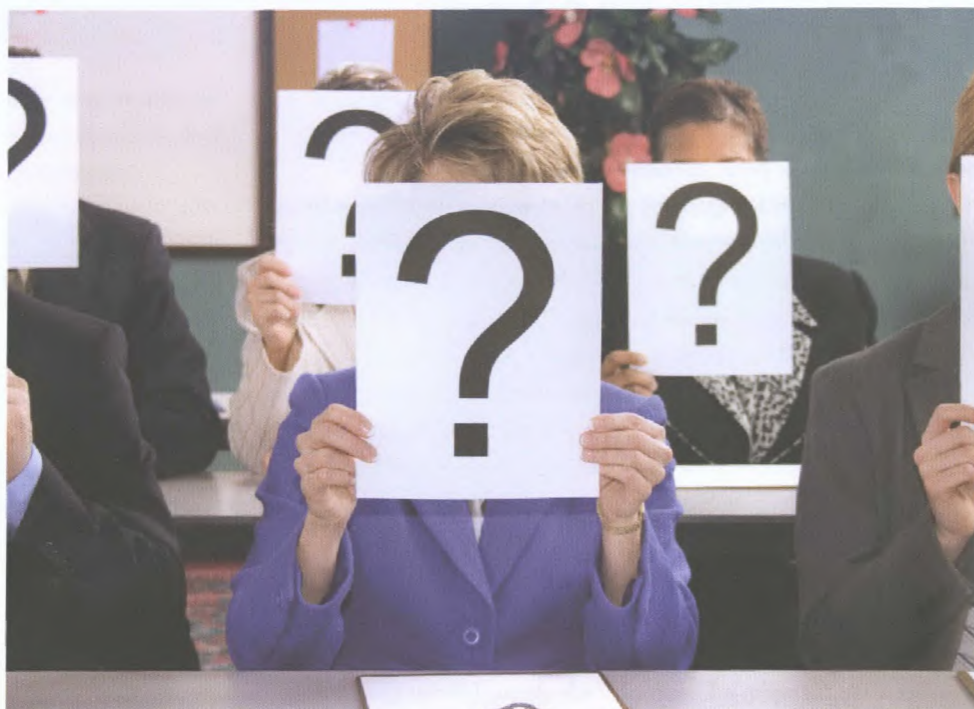
M^{me} Weeks, qui est présidente et directrice générale de Unique Patterns Design Ltée, sait de quoi elle parle. Après 10 ans sur le marché de l'exportation, 93 % des ventes de l'entreprise se transigent sur les marchés étrangers.

Elle a fondé Unique Patterns à Dartmouth, en Nouvelle-Écosse, en 1994. En outre, avec l'aide d'ingénieurs du ID Laboratory de l'Université Dalhousie, elle a conçu un logiciel exclusif que son entreprise utilise pour offrir des patrons sur mesure à plus de 12 000 clients faisant de la couture à domicile.

Il s'agit de la seule entreprise en Amérique du Nord qui offre ce type de service. À l'heure actuelle, Unique Patterns exporte vers les États-Unis, Singapour, le Japon, l'Autriche et l'Angleterre.

Partout au Canada, des femmes entrepreneures telles que M^{me} Weeks offrent leurs produits et services dans le monde entier. Et comme elle, elles se posent des questions et cherchent à obtenir de l'information pour accroître leurs chances de succès sur les marchés d'exportation.

On estime entre 10 000 et 40 000 le nombre d'entreprises canadiennes, appartenant en partie ou en totalité à des femmes, qui ont une vocation exportatrice et dont les exportations représentent près de 40 % des ventes. Quelque 74 % de ces entreprises vendent aux États-Unis et



Pour réussir sur le marché mondial, il faut poser le plus de questions possible, explique une entrepreneure canadienne.

60 % exportent vers l'Asie et, dans une moindre mesure, vers l'Europe.

Ces statistiques sont impressionnantes, surtout quand on sait que plus de la moitié des femmes exportatrices disent avoir dû relever des défis liés à leur sexe, attribuables notamment à des différences culturelles et au fait qu'elles ne sont pas prises au sérieux à titre de propriétaires d'entreprise.

Les femmes d'affaires canadiennes se heurtent à d'autres obstacles, comme le manque de réseaux de soutien, les problèmes de liquidité, la difficulté d'obtenir des renseignements sur les marchés étrangers et le fait d'avoir à traiter avec des lois et règlements étrangers.

M^{me} Weeks a demandé l'aide de divers services gouvernementaux pour surmonter certains de ces obstacles.

À l'instar de nombreux entrepreneurs, elle a fait appel à l'expertise et à l'aide d'Industrie Canada et du Service des délégués commerciaux du Canada. Elle a consulté des délégués commerciaux en poste un peu

partout aux États-Unis pour trouver des débouchés et identifier les clients potentiels.

Pour réagir au nombre croissant de femmes qui exercent des activités exportatrices au Canada ainsi qu'aux préoccupations particulières des femmes en matière de commerce extérieur, le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international a créé un site Web à l'intention des femmes d'affaires exportatrices (www.international.gc.ca/businesswomen).

Le site présente des outils essentiels qui simplifient l'exportation et offrent de l'information sur les marchés potentiels, les contacts utiles et les programmes d'aide offerts. Les femmes intéressées à participer à des missions commerciales, à des conférences et à des ateliers sur l'exportation trouveront utiles les annonces de futurs événements.

Renseignements : www.international.gc.ca/businesswomen, www.exportsource.ca et www.infoexport.gc.ca.

L'essor de la région baltique

Depuis plusieurs années déjà, la Lettonie, la Lituanie et l'Estonie tournent à plein régime.

Depuis leur adhésion à l'Union européenne (UE) en 2004, ces pays affichent le plus fort taux de croissance économique de tous les pays membres. Il n'est donc pas étonnant que des entreprises américaines, européennes, nordiques et asiatiques aient décidé de s'y établir pour commercer, investir ou accéder aux gigantesques marchés de la Russie et de l'UE.

Mais où en sont les entrepreneurs canadiens dans cette région?

Claire Poulin, ambassadeure du Canada en Lettonie, Lituanie et Estonie, reconnaît qu'ils pourraient y être plus présents, mais ajoute qu'ils ne pourraient choisir meilleur moment pour y étendre leurs activités. « Ils pourraient notamment tirer parti de débouchés très intéressants dans les secteurs du bâtiment et des matériaux de construction, de l'agroalimentaire, des technologies de l'information et des communications, de l'énergie et de l'environnement. »

D'après M^{me} Poulin, l'injection massive de fonds en provenance de l'UE, dits « fonds structurels », alimente l'essor de la construction résidentielle et commerciale, sans parler du développement des infrastructures, particulièrement dans les domaines du transport ferroviaire et routier, des technologies de l'information et de l'énergie.

« Ces pays ont de faibles taux d'imposition, et leur adhésion à l'UE et à l'OTAN leur a donné un regain de confiance. Ils offrent tellement de débouchés qu'il est impossible de les ignorer. De plus, le Canada a bonne réputation dans la région baltique, où il est perçu comme un pays avancé sur le plan technologique, offrant un excellent rapport qualité-prix.

Cependant, il n'y a pas suffisamment d'entreprises canadiennes sensibilisées à ces marchés. Nous risquons de rater de belles occasions simplement parce que nous n'avons pas accordé suffisamment d'attention à cette région. » M^{me} Poulin recommande aux entreprises canadiennes de prendre les devants et de communiquer avec le Service des délégués commerciaux du Canada.

« Notre rôle est d'aider les entreprises canadiennes. Permettez-nous de vous fournir l'information commerciale dont vous avez besoin sur votre secteur et de vous mettre en rapport avec les personnes appropriées. Nous pouvons vous ouvrir beaucoup de portes. »

Renseignements : Irena Cirpuse, ambassade du Canada à Riga, courriel : irena.cirpuse@international.gc.ca, site Web : www.infoexport.gc.ca.



Vous faites des affaires à l'étranger?



De bons contacts... ça rapporte!

Les Canadiens qui font des affaires à l'étranger ont besoin de contacts fiables qui connaissent bien le marché local et qui savent comment s'y prendre. Trouver les bonnes personnes peut s'avérer difficile, mais tomber sur les mauvaises peut être coûteux.

Notre Service des délégués commerciaux constitue le plus important réseau canadien de professionnels en développement du commerce à l'étranger. Avec plus de 23 000 contacts d'affaires dans le monde, nous vous aidons à établir les liens nécessaires pour continuer sur votre lancée.

Faites donc appel à notre équipe d'experts dès aujourd'hui et voyez par vous-même comment les bons contacts peuvent rapporter.

Anouk Bergeron,
déléguée commerciale
Montréal (Québec)

www.infoexport.gc.ca
1-866-923-9611