



Équipe Canada inc • Team Canada Inc



Partenariats à l'œuvre

Équipe Canada inc — Réussites dans la région de l'Ontario

Canada 



Table des matières

Avant-propos	1
Centre du commerce international	2
Projet de développement des exportations de la région de l'Ontario	6
Équipe Canada inc : partenariats, partenariats, partenariats	10
Annexe : Membres et partenaires d'Équipe Canada inc en Ontario	14



Cette publication est également offerte par voie électronique sur le World Wide Web à l'adresse suivante :

<http://info.ic.gc.ca/casdereussite>

© Sa Majesté la Reine en chef du Canada (Industrie Canada) 2000

N° de catalogue C2-482/2000

ISBN 0-662-64761-9

53004 B



Avant-propos

Dans l'économie mondiale, le commerce est plus important que jamais pour la croissance et l'emploi. Les exportations comptent pour plus de 40 p. 100 du produit intérieur brut canadien et plus de 3 millions de travailleurs canadiens doivent leur emploi directement aux marchés étrangers. Il ne fait aucun doute que le commerce international est très important pour le Canada — et pour l'Ontario, province d'où proviennent plus de la moitié des exportations canadiennes.

Les entreprises de toutes les régions du pays doivent avoir accès à l'information et aux services requis pour tirer parti des occasions d'affaires internationales. Pour ce faire, le gouvernement du Canada a créé Équipe Canada inc (ECI). Ce partenariat des gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux aide les entreprises canadiennes à se tailler une place sur les marchés mondiaux.

Les membres et partenaires d'ECI en Ontario sont énumérés en annexe.

Les récits de ce recueil soulignent ce qu'Équipe Canada inc a accompli. Ils ont été recueillis par le Bureau régional de l'Ontario d'Industrie Canada. Voici les membres et partenaires d'ECI qui ont apporté leur aide :

- Centre du commerce international de l'Ontario;
- conseillers à l'exportation embauchés grâce au Projet de développement des exportations de la région de l'Ontario;
- sociétés d'aide au développement des collectivités;
- Équipe Commerce Niagara;
- Entrepreneurial Manufacturing Generator.

Le présent recueil de récits ne constitue qu'un aperçu de ce qu'accomplit Équipe Canada inc. Pour obtenir plus de renseignements sur cette intéressante initiative ainsi que sur les programmes et les services pouvant aider votre entreprise, visitez notre site Web (exportsource.gc.ca) ou composez le 1 888 811-1119.





Centre du commerce international

Les Centres du commerce international (CCI) canadiens sont un élément clé d'Équipe Canada inc et une partie intégrante d'Industrie Canada dans toutes les provinces. Ils offrent aux gens d'affaires un perfectionnement des compétences, leur donnent de l'information à propos du marché ainsi que des conseils, en plus de fournir des services aux nouveaux venus sur le marché ainsi que du financement commercial et bien d'autres choses.

Le CCI de l'Ontario est situé à Toronto. Les délégués commerciaux travaillent avec les membres et partenaires d'ECI partout dans la province, et donnent aux sociétés le soutien dont elles ont besoin pour croître et prospérer. Ils travaillent également en étroite collaboration avec les délégués commerciaux des autres CCI ainsi qu'avec ceux des ambassades et consulats du Canada à travers le monde.

Un des services offerts par le CCI est le Programme de développement des marchés d'exportation (PDME). Le PDME relève du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international et est administré conjointement avec Industrie Canada par les Centres de commerce international. Le Programme vise à augmenter l'exportation de biens et de services canadiens en assumant une partie du coût d'activités que les sociétés ne pourraient ou ne voudraient pas entreprendre seules, ce qui réduit les risques liés à la pénétration d'un marché étranger. La société bénéficiaire rembourse le financement en fonction des ventes additionnelles ou des contrats obtenus.

Matériau de construction canadien révolutionnaire : un succès sur les marchés américains

Le président de la société Nexwood Industries, Dado Suwanda, a un problème que certains manufacturiers débutants seraient bien heureux d'avoir : il n'a plus rien à vendre. Tout ce que Nexwood produira en 2000 est réservé. Et ce succès revient en partie à Équipe Canada inc — en particulier au délégué commercial Brent Court, du Centre de commerce international de l'Ontario, ainsi qu'au Programme de développement des marchés d'exportation.

Évidemment, le fait que le matériau de construction de la société Nexwood est un produit révolutionnaire a joué. Pour produire ce matériau de remplacement au bois de sciage, la société Nexwood mélange du plastique récupéré à de la fibre cellulosique semblable à du bois (sciure de bois ou écorce de riz) et utilise un procédé d'extrusion pour fabriquer des « planches ». Puisque ce produit ne se fragmente pas, ne se déforme pas, ne cloque pas, ne rouille pas et ne pourrit pas, il est idéal pour les applications extérieures, comme les quais, les patios, les trottoirs et les terrasses entourant les piscines.

Depuis sa création il y a quatre ans, la société Nexwood est passée d'un petit groupe de recherche et de développement à une entreprise de fabrication comprenant environ 40 employés de production et huit ingénieurs à Brampton, en Ontario, ainsi qu'une petite équipe de vente à LaSalle, au Québec. La société vend actuellement ses produits au Canada et aux États-Unis, et envisage de s'étendre davantage.

M. Suwanda attribue la croissance des ventes de la société au fait d'avoir réussi à pénétrer le marché américain — avec l'aide du CCI de l'Ontario. Les matériaux de construction sont assujettis à de nombreux codes du bâtiment et à de nombreuses réglementations. Obtenir les approbations pour se conformer à ces codes dans un marché étranger peut être un casse-tête et occasionner des dépenses considérables. Établir des franchises de distribution est aussi tout un défi. « Brent Court a été extrêmement utile à ces deux points de vue », affirme M. Suwanda.





Le CCI a également apporté son aide au chapitre de la commercialisation. En 1997, M. Suwanda a accepté l'invitation du Centre du commerce international de l'Ontario à participer à une mission d'orientation commerciale à Dallas, au Texas. Les relations nouées là-bas ont entraîné des ventes considérables aux États-Unis. Cette année, la société a encore participé à la mission et souhaite assister à des activités semblables pouvant conduire à de nouveaux débouchés.

Le financement assuré par le PDME a été utilisé par la société Nexwood pour payer sa participation aux salons professionnels, produire le matériel publicitaire, régler les coûts associés au processus de conformité aux règlements, et acquitter les frais juridiques.

Aujourd'hui, la société Nexwood, qui vend son produit sur la côte Ouest des États-Unis et dans le Midwest, vise le Sud-Est. Les ventes réalisées aux États-Unis comptent pour environ 90 p. 100 du chiffre d'affaires total de l'entreprise. Et le succès engendre de nouvelles possibilités : « Nous devons maintenant accroître notre capacité de production », déclare M. Suwanda.

Poussée des exportations de Therm-O-Comfort

Paul Reehill, directeur des ventes et du marketing chez Therm-O-Comfort Co. Ltd., a de nombreux déplacements en perspective. Une semaine, il est au Silverdome à Pontiac, au Michigan, pour le salon professionnel du design et de la construction EXPO 2000; la semaine suivante, il est à Palm Springs, en Californie; et dans un mois, il se rend à Columbus, en Ohio. À l'occasion d'un bref arrêt au siège social de Therm-O-Comfort à St. Thomas, en Ontario, M. Reehill signale que la société se trouve au beau milieu d'une campagne publicitaire dynamique, à laquelle Équipe Canada inc apporte une aide vitale grâce à deux délégués commerciaux canadiens : Brent Court, à Toronto, et Tom Quinn, à Détroit. « Ils disposent d'une mine de renseignements précieux qui accélèrent le processus et vous orientent dans la bonne direction », de dire M. Reehill.

Fondée en 1977, la société Therm-O-Comfort produit un isolant cellulosique fabriqué à partir de journaux recyclés à 100 p. 100 et d'autres produits du papier. Elle vend le produit directement à des entrepreneurs en isolation thermique. Le même produit, certains additifs en moins, constitue la base d'un paillis d'hydro-ensemencement; ce produit de couleur verte est utilisé souvent dans les projets domiciliaires en construction pour gazonner, surtout le long d'une chaussée nouvelle.

Therm-O-Comfort a pris part à plusieurs activités parrainées par le Centre du commerce international de l'Ontario, notamment à la réception destinée aux acheteurs qui était offerte par le Canadian Home Centre Show, en octobre 1998, ainsi qu'à la conférence U.S. Outlook, en octobre 1999, et à la foire Construct Canada Export Café, en décembre 1999. La société a fait l'acquisition d'un stand de salon professionnel et a participé plus souvent à des salons chez notre voisin du Sud. « Cela a vraiment valu le coup », déclare M. Reehill.

Le Programme de développement des marchés d'exportation a procuré du financement à cette société. « Le PDME nous a permis d'entrer très rapidement aux États-Unis; c'était le catalyseur dont nous avons besoin pour démarrer », affirme M. Reehill. Ce dernier espère obtenir d'autres fonds du PDME pour aider la société à intensifier ses efforts, surtout à promouvoir aux États-Unis la gamme de produits associés au paillis d'hydro-ensemencement.





La société Therm-O-Comfort a fait bon usage de l'information abondante contenue dans le site Web ExportSource (exportsource.gc.ca) ou fournie par les délégués commerciaux. « Si j'ai une question, je n'ai qu'à passer un coup de fil à Détroit, Buffalo ou Toronto, et je ne tarde pas à avoir la réponse. Ils sont vraiment excellents et le soutien est extraordinaire. Je mets mes idées à l'épreuve auprès de Brent Court pour m'assurer que je ne fais pas fausse route, parce qu'une erreur peut être néfaste pour une petite société comme la nôtre », explique M. Reehill.

Chez Therm-O-Comfort, il ne semble pas y avoir eu de ces erreurs, car en 2000, la société s'attend à une augmentation des ventes totales de 25 à 30 p. 100, pour la plupart aux États-Unis. À l'aide des contacts établis par l'entremise du CCI, la société a mis en place un partenariat avec un distributeur qui dessert l'Amérique centrale et l'Amérique du Sud. La société modernise maintenant son équipement de production en vue de quadrupler sa capacité de production. « L'avenir s'annonce très prometteur », ajoute M. Reehill.

Un soutien solide comme du roc

L'histoire récente de la société Belmont Rose Granite, située à Markham, en Ontario, est en fait celle de la propriétaire, Carole Proud, et de sa relation avec Candice Rice, une déléguée commerciale du Centre de commerce international de l'Ontario. Leur partenariat a été fructueux et a entraîné une augmentation des ventes. Selon M^{me} Proud, « Candice était très intéressée par ce que je faisais, surtout parce que j'étais une femme dans un domaine à prédominance masculine. Je crois que mon attitude l'a impressionnée ».

La société Belmont Rose Granite offre une pierre de granite rose extraite d'une carrière de 400 acres située près de Peterborough, en Ontario. Jamais M^{me} Proud n'aurait imaginé exploiter une carrière un jour. Au début des années 1990, elle exploitait sa propre entreprise de location de matériel. Cette activité l'a amenée à la société Belmont Rose Granite. Elle a tellement aimé le produit qu'elle a acheté l'entreprise. Pour ce qui est des inquiétudes que pose la présence d'une femme dans un milieu supposément réservé aux hommes, elle déclare : « Peu importe que vous ayez un pantalon ou une jupe quand il s'agit de diriger une société prospère. »

Grâce à ses fortes compétences en matière de commercialisation, M^{me} Proud savait qu'elle pouvait faire augmenter les ventes, surtout aux États-Unis, où la société s'est taillé une place sur la côte Est. En 1997, elle est allée au CCI de l'Ontario où elle a fait la connaissance de Candice Rice. « Je voulais savoir ce qu'étaient des délégués commerciaux et ce qu'ils pouvaient faire pour moi », dit-elle.

M^{me} Rice l'informa de la gamme de services à la disposition des exportateurs : les sites Web, l'Export Association, la possibilité de rencontrer d'autres femmes d'affaires et les centres de commerce aux États-Unis. Elle encouragea M^{me} Proud à assister au Sommet commercial des femmes d'affaires Canada — États-Unis 1999, à Toronto, parrainé par Industrie Canada. « Il y avait là une foule de femmes qui étaient aussi enthousiastes que moi, qui voulaient toutes rester en affaires, et exporter leurs produits », dit M^{me} Proud.

Et grâce au financement obtenu par l'entremise du Programme de développement des marchés d'exportation, M^{me} Proud a pu participer récemment à une mission commerciale à Washington.

De plus, les bureaux commerciaux canadiens aux États-Unis ont mis à la disposition de M^{me} Proud des installations pour organiser des rencontres et établir des conférences téléphoniques avec des clients et des





distributeurs potentiels. À la suite de ces activités tenues à Détroit et à Buffalo, elle est arrivée à pénétrer le marché de la pierre concassée. Récemment, la société a accompli des progrès dans le Midwest.

Dans un avenir pas si lointain, la société Belmont Rose Granite prévoit scier son propre granite et s'occuper de la finition. Actuellement, elle expédie des blocs de granite brut à l'extérieur de la province. « Les produits à valeur ajoutée permettraient d'améliorer nettement le bénéfice net », précise M^{me} Proud. Grâce à la collaboration soutenue du Centre de commerce international de l'Ontario, elle espère exporter ces produits.

Arriver à bon port

« J'encourage fortement toutes les petites et moyennes entreprises qui sont intéressées à exporter leurs produits, à entrer en communication avec un représentant du Programme de développement des marchés d'exportation », conseille Charles Fournier, de la société Baird & Associates. « Le PDME était certainement la ressource financière dont nous avons besoin pour faire ce que nous avons fait; en plus les gens ont été très coopératifs, ce qui a contribué à en faire une bonne expérience. »

La société Baird & Associates a pris de l'expansion en exportant des services de consultation. La société regroupe des experts de classe internationale qui proposent des solutions innovatrices, économiques et respectueuses de l'environnement dans des projets d'aménagement du littoral. Leader international dans la recherche et le développement dans ce domaine, la société Baird & Associates est particulièrement qualifiée pour comprendre les problèmes complexes liés à l'eau, concevoir des solutions de rechange innovatrices et trouver des réponses aux problèmes que posent les projets difficiles.

Fondée en 1981, la société possède aujourd'hui quatre bureaux : deux au Canada (à Ottawa et à Oakville, en Ontario), un aux États-Unis et un au Chili. Au début de 1998, la société Baird & Associates a fusionné avec la société Atria Engineering pour créer une équipe nouvelle et unique en la matière. L'expertise de la société Atria dans le domaine complétait à la perfection les forces pratiques et innovatrices de la société Baird en matière d'aménagement du littoral et des rivières. Au début de 1999, on a annoncé la création de la société Atria Baird Consultores S.A. qui desservira l'Amérique du Sud.

M. Fournier attribue à Industrie Canada et à d'autres membres et partenaires d'Équipe Canada inc le mérite d'avoir aidé sa société à établir des contacts et ouvrir des portes. Le PDME a d'abord aidé à financer du matériel de commercialisation et les déplacements essentiels à l'établissement et au maintien de relations d'affaires. « Notre délégué commercial nous a fourni un service professionnel personnalisé que nous n'aurions pas pu avoir ailleurs, commente M. Fournier. Ce délégué commercial nous a incités à nous concentrer sur certains secteurs et nous a épaulés dans la constitution d'un réseau. Il nous a aussi aidés à dresser un plan et nous a donné ses commentaires tout en nous conseillant en matière fiscale et juridique. »

Au Chili, ajoute M. Fournier, « on nous a adjugé le contrat d'aménagement du littoral et le travail de conception associé au développement d'un port. Il s'agit de la plus importante initiative de développement d'un port au Chili, et nous avons réussi à obtenir le contrat en grande partie grâce à l'aide financière que le PDME nous a accordée ».





À la mode de chez nous

« L'exportation a toujours été considérée comme essentielle au développement de ma société, déclare Tamiyo Tomihiro, directrice de la production et créatrice de vêtements de la société Mothership. Étant donné son nombre d'habitants, les États-Unis représentent un énorme marché pour les Canadiens. »

Anita Bacic a fondé un magasin de vente de vêtements au détail, Mothership, situé sur la rue College à Toronto en 1995. En 1997, elle a lancé une collection de vêtements étiquetée « The Mother », vendue uniquement chez Mothership. M^{me} Bacic avait assisté à de nombreux salons professionnels pour acheter du matériel pour son magasin; elle s'est aperçue que pour lancer avec succès sa nouvelle collection destinée aux grossistes, elle devait la présenter à l'un de ces salons professionnels.

Sa collection de vêtements étiquetée « The People Have Spoken » a été créée au début de 1998 pour le International Fashion Boutique Show, de New York, en juin 1998. À ce premier salon professionnel, des échantillons de vêtements pour dames de sa collection automne-hiver 1998 ont été présentés. Ensuite, ce fut la collection printemps-été 1999, puis la collection automne-hiver 1999, qui comprenait des vêtements pour hommes. La collection printemps-été 2000, également présentée à New York, comprenait une collection complète de vêtements pour hommes et une collection pour dames. Après chaque salon et à chaque saison, les ventes ont augmenté.

La participation de Mothership au premier salon professionnel a été rendue possible surtout grâce au financement accordé par le Programme de développement des marchés d'exportation.

« Sans l'aide du PDME, nous n'aurions probablement pas pu assumer les frais de mise en route et les coûts de production nécessaires au démarrage de l'entreprise », dit M^{me} Tomihiro.

Au Centre de commerce international de l'Ontario, la déléguée commerciale Candice Rice a donné de nombreux conseils et renseignements à Mothership. Elle a orienté l'entreprise vers le site Web InfoExport du Service des délégués commerciaux du Canada (<http://www.infoexport.gc.ca>) à partir duquel le formulaire d'inscription au PDME pouvait être téléchargé. M^{me} Rice a ensuite aidé Mothership à remplir le formulaire.

« Pour une personne ordinaire, remplir un formulaire gouvernemental a toujours un côté rébarbatif, mais l'appui de Candice a beaucoup facilité les choses », dit M^{me} Tomihiro.

Projet de développement des exportations de la région de l'Ontario

Pour ajouter aux services qu'offre Équipe Canada inc aux collectivités locales du Sud de l'Ontario, Industrie Canada a mis sur pied le Projet de développement des exportations de la région de l'Ontario, un projet pilote financé par Développement des ressources humaines Canada, membre d'ECI.

Dans le cadre du projet, des conseillers à l'exportation ont été embauchés pour offrir des services aux gens d'affaires locaux, c'est-à-dire les sensibiliser et les former, ainsi que pour les aider à élaborer et à mettre en œuvre des plans d'exportation, à évaluer s'ils sont prêts à exporter et à accéder aux ressources gouvernementales. Les conseillers résident dans les collectivités qu'ils desservent et travaillent à partir d'un organisme d'accueil.





Mousser les ventes

Movreen Collins de Wyoming, en Ontario, rêvait d'exploiter une entreprise à domicile qui serait à la fois rentable et valorisante. Elle a réalisé son rêve en créant Bean'Stock Inc., une entreprise qui produit des savons entièrement naturels. Aujourd'hui, Bean'Stock occupe un établissement de 3 000 pieds carrés et compte 11 employés à plein temps et à temps partiel; l'entreprise sous-traite la construction des présentoirs et la taille des savons, exporte ses produits aux États-Unis et reçoit même des demandes d'aussi loin que le Japon et l'Australie.

« Il faut tout d'abord avoir une bonne idée, dit M^{me} Collins, puis préparer un plan d'affaires détaillé. » Son plan d'affaires original comptait presque 200 pages; il a depuis été révisé pour inclure un plan d'exportation. « L'entreprise comptait plus de 650 comptes de détail au Canada, explique Dan Tye, son conseiller en exportation et partenaire d'Équipe Canada inc, et Movreen trouvait qu'il était temps de pénétrer le marché américain. » Après de nombreuses réunions, ils ont élaboré ensemble un solide plan d'exportation.

M. Tye a continué de conseiller Bean'Stock dans sa transition vers l'exportation. En participant pour la première fois à une foire commerciale américaine — à Atlanta, en Géorgie — M^{me} Collins a trouvé de nouveaux clients.

« Le travail préparatoire qu'on doit faire avant d'être prêt à exporter est considérable et cela peut être rebutant à certains moments », dit M^{me} Collins. Cela va de la facturation à la façon de traiter avec les fonctionnaires des douanes. Avant d'exporter aux États-Unis, M^{me} Collins a fait preuve de prudence. Elle savait que, malgré les débouchés qu'offre ce marché 10 fois plus grand que celui du Canada, beaucoup de petites entreprises qui ont pris de l'expansion trop rapidement s'y sont cassé le nez faute d'avoir bien compris le marché d'exportation.

« Nous devons en partie notre succès à Dan, car il nous a bien préparés pour le marché américain, dit M^{me} Collins. Je crois que, sans le programme d'aide communautaire, il aurait été beaucoup plus difficile d'obtenir les renseignements fournis par notre conseiller même s'ils étaient accessibles, et que cela aurait coûté beaucoup plus cher. »

Respirer à pleins poumons

En tant que président d'ESSA Inc., Robert Gibbs affirme : « Les gens sont principalement préoccupés par deux choses : la qualité de l'air qu'ils respirent et la qualité de l'eau qu'ils boivent. » Il ne fait aucun doute que ce que nous respirons, buvons et mangeons a une grande incidence sur notre qualité de vie.

« À cause des méthodes de construction de bâtiments à haut rendement énergétique, l'air des maisons ou sur les lieux de travail est toujours de 2 à 5 fois plus pollué que le pire air extérieur; il peut même l'être jusqu'à 100 fois », dit M. Gibbs. Pour remédier à ce problème, ESSA fabrique un système de filtration qui peut être intégré à presque n'importe quel nouvel appareil d'aération ou ajouté aux installations existantes. Si le bâtiment ne dispose pas d'un échangeur d'air, ESSA propose des unités autonomes comprenant leurs propres ventilateurs et commandes, qu'elles soient manuelles ou dotées d'une télécommande à infrarouge.

À l'origine, ESSA était une entreprise située dans un sous-sol qui produisait de 10 à 12 unités par mois. Aujourd'hui, elle fabrique des centaines d'unités par semaine à Belleville, en Ontario. Des milliers de ces unités ont été installées à l'étranger puisque ESSA exporte ses produits aux États-Unis, au Royaume-Uni, en Australie, en Thaïlande, en Malaisie, en Indonésie et en Corée du Sud. Il lui reste donc peu de temps





pour se consacrer à autre chose. « Les petites entreprises sont au courant des initiatives de l'État, mais elles ne disposent pas du temps nécessaire pour faire les recherches elles-mêmes », explique M. Gibbs. C'est là qu'entre en jeu le conseiller à l'exportation du réseau d'Équipe Canada inc.

Celui d'ESSA est Martin Edwards, embauché dans le cadre du Projet de développement des exportations de la région de l'Ontario. Selon ce dernier, M. Gibbs connaissait bien le domaine de l'exportation, mais il avait besoin d'aide sur d'autres plans, par exemple, sur la façon de faire tester et vérifier son produit. M. Edwards lui a suggéré le Programme de vérification des technologies environnementales qui vise à stimuler la croissance et à augmenter la commerciabilité de l'industrie environnementale canadienne, en permettant une validation et une vérification impartiale des allégations de rendement.

« Le Canada dispose d'un large éventail de programmes, dit M. Edwards. Nous ne sommes pas simplement des conseillers en exportation, nous sommes des facilitateurs. Nous sommes en mesure de transmettre rapidement l'information requise aux propriétaires de petites entreprises afin qu'ils puissent continuer de bien faire leur travail. »

Une entreprise de Brantford pénètre de nouveaux marchés

Karen Seale ne tarit pas d'éloges à propos de la conseillère en exportation Diane King, du délégué commercial Brent Court et des services qu'ils ont rendus à son entreprise. En tant que directrice générale de Smart Turner Pumps, entreprise située à Brantford, en Ontario, qui fabrique des pompes industrielles, elle a vu son chiffre d'affaires brut grimper en flèche — 700 p. 100 — depuis octobre 1998. M^{me} Seale attribue cette réussite en grande partie à l'orientation qu'elle a prise grâce aux conseils qu'elle a reçus des représentants d'Équipe Canada inc.

Fondée en 1870, l'entreprise Smart Turner Pumps n'a pas toujours été prospère. Dans les années 1990, elle a fait face à des difficultés malgré ses nombreux contacts dans les marchés secondaires. Elle a changé de mains en octobre 1998; les nouveaux propriétaires ont su, selon M^{me} Seale, reconnaître les possibilités, mais ils ont également vu la nécessité d'exploiter de nouveaux marchés.

Depuis, le Centre du commerce international de l'Ontario a aidé l'entreprise Smart Turner Pumps à soumissionner des travaux d'envergure et à établir un réseau de ventes aux États-Unis. Les consulats du Canada à Chicago et à Détroit ont aidé l'entreprise à acquérir une liste de distributeurs éventuels et à analyser les marchés potentiels.

Aujourd'hui, Smart Turner Pumps a une stratégie de commercialisation précise qui comprend 20 nouveaux distributeurs aux États-Unis. Afin d'accroître son réseau en expansion outre-mer, l'entreprise envisage d'ajouter des distributeurs dans d'autres pays en plus de la Nouvelle-Zélande, du Guyana et du Venezuela. Et dire qu'elle n'avait pas un seul distributeur en 1998!

L'entreprise s'est davantage axée sur le marketing technologique. « Au début, je ne savais même pas comment utiliser Internet », confie M^{me} Seale. Diane King lui a fait connaître un nombre de sites intéressants, y compris Strategis (<http://strategis.gc.ca>) et Merx (<http://www.merx.cebra.com>). Aujourd'hui, M^{me} Seale se sert chaque jour du Web pour communiquer et faire des affaires. Le résultat : plus de travail et plus d'emplois — surtout pour les ateliers d'usinage du Sud de l'Ontario auxquelles l'entreprise confie la fabrication de ses produits et de ses pièces de rechange.





Mais ce n'est qu'un début, dit M^{me} Seale qui étudie actuellement comment l'entreprise pourrait bénéficier des fonds du Programme de développement des marchés d'exportation.

M^{me} Seale compte prendre part à la réunion de la Société pour l'expansion des exportations (un membre d'Équipe Canada inc) qui se tiendra à Toronto afin d'évaluer la possibilité d'exporter certains de ses produits au Chili. « Pour obtenir cette part de marché, il faut aller aux sources et c'est ce que la réunion va nous permettre de faire », précise-t-elle.

Pour finir, M^{me} Seale ajoute : « Je ne pourrai jamais assez répéter combien l'aide de Diane King et de Brent Court m'a permis de progresser dans la bonne direction. Sans eux, j'aurais avancé à l'aveuglette. »

Des inventions qui rapportent

Vous est-il déjà arrivé de faire quelque chose, puis de vous demander s'il n'existait pas une façon plus facile de le faire? C'est ainsi que procède Larry Robertson lorsqu'il invente un produit. Par exemple, quand il était adolescent, il aidait sa mère à préparer le dîner pour la famille et il s'est rendu compte à quel point il était difficile de couper certains légumes comme la courge, le navet ou le chou.

Des années plus tard, M. Robertson a inventé le Knifeguard. Il s'agit d'un dispositif léger et facile à utiliser qui s'adapte à la plupart des couteaux et qui permet à l'utilisateur d'appuyer des deux mains pour trancher les aliments les plus coriaces. Aujourd'hui, INVO Innovative Products Inc., l'entreprise de M. Robertson située à Trenton, en Ontario, commercialise une gamme de produits pratiques allant du Knifeguard et autres accessoires de cuisine aux pièges pour perce-oreilles sans danger pour l'environnement.

INVO a reçu l'appui de Martin Edwards, conseiller à l'exportation, embauché dans le cadre du Projet de développement des exportations de la région de l'Ontario.

« L'aide de Martin a été très précieuse, explique M. Robertson. Il m'a prêté main-forte dans l'étude des tarifs douaniers américains, y compris l'exemption s'appliquant à mes produits en vertu des Règles d'origine de l'Accord de libre-échange nord-américain. » Pour ce faire, M. Edwards a travaillé étroitement avec la Direction des droits de douane et de l'accès aux marchés, du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. « Il m'a également donné des renseignements sur différents programmes qui pouvaient être avantageux pour moi, comme le programme des Nouveaux exportateurs aux États frontaliers [NEEF] », ajoute M. Robertson.

NEEF est un programme coopératif qui a vu le jour grâce aux efforts des membres et partenaires d'Équipe Canada inc. Le programme, outil clé de la formation à l'exportation, s'adresse aux entreprises canadiennes constituées en société, faisant des affaires au Canada et qui souhaitent exporter leurs produits aux États-Unis, mais qui ne le font pas de façon régulière. Le NEEF présente des éléments essentiels, comme des renseignements pratiques sur l'exportation ainsi qu'une information de première main sur les marchés des États frontaliers américains. M. Robertson prévoit participer à la prochaine mission NEEF qui doit se tenir à Buffalo.

L'entreprise INVO, qui n'avait à l'origine qu'une seule personne travaillant à l'invention et à la mise au point d'articles ménagers, est aujourd'hui florissante et fait affaire avec des fabricants locaux et des représentants de commerce à commission, des graphistes et des entreprises d'impression. « Avec la création d'autres produits excellents et la mise sur pied de nouveaux points de vente, ajoute M. Robertson avec fierté, les ventes de cette année dépasseront certainement celles de l'année dernière. »





Équipe Canada inc : partenariats, partenariats, partenariats

Outre les Centres du commerce international et les conseillers à l'exportation, Équipe Canada inc appuie bon nombre de partenariats uniques pour assurer la prospérité des entreprises commerciales canadiennes sur les marchés internationaux.

Ces partenaires sont d'une importance vitale pour le succès d'ECI. Voici quelques exemples de ce qu'ils ont accompli en Ontario.

Une entreprise de camionnage fait ses preuves aux États-Unis

Située à Fort Frances, en Ontario, la société Doug Kitowski Trucking n'a cessé de grandir depuis cinq ans. En fait, selon le directeur de l'exploitation, Robert Kitowski, durant cette période, l'entreprise a doublé ses activités chaque année. Cette croissance, dit-il, est due surtout au marché américain et à l'aide reçue de Geoff Gillon de la Rainy River Future Development Corporation, partenaire d'Équipe Canada inc.

Kitowski Trucking emploie actuellement de 15 à 25 personnes et exploite un parc de 6 tracteurs et de 18 remorques. Située à environ quatre heures de route de Thunder Bay et de Winnipeg, l'entreprise transporte une quantité grandissante de bois de construction ouvré depuis les scieries situées dans un rayon de 300 kilomètres de Fort Frances jusqu'à des points de livraison situés au sud de la frontière Canada — États-Unis. Les camions de Kitowski desservent principalement le Minnesota, le Wisconsin, le Dakota du Nord et le Dakota du Sud, l'Iowa et d'autres régions du Midwest américain.

Si, à l'aller, les camions en direction des États-Unis sont chargés au maximum, le principal défi à relever, selon M. Kitowski, consiste à trouver du matériel à transporter au retour, au moins pour une partie du trajet. Une compagnie de transport est déficitaire si les camions effectuent le retour à vide. C'est en tenant compte de ce facteur et dans le but général d'accroître les activités de l'entreprise que M. Gillon a conseillé à M. Kitowski d'assister au salon professionnel Northern Networks qui s'est tenu durant trois jours à Wausau, au Wisconsin, au cours de l'été 1998. « Il s'agissait d'une belle occasion pour moi d'établir des contacts d'affaires importants. J'ai assisté à des séminaires et j'ai établi de bonnes relations avec le maire de Wausau qui m'a ensuite fait visiter quelques usines », souligne M. Kitowski. Cette stratégie a-t-elle été fructueuse? « Disons que les résultats obtenus ont largement compensé le coût du voyage », de dire celui-ci.

En plus d'accepter l'invitation du salon professionnel de Wausau, Kitowski Trucking a fait appel aux services de la Rainy River Future Development Corporation pour obtenir des renseignements à caractère commercial. « Nous estimons que Geoff Gillon est la personne idéale pour effectuer des recherches et nous indiquer qui fait quoi et quand », dit M. Kitowski. Il reconnaît l'aide que M. Gillon a apportée à son entreprise dans l'établissement de relations d'affaires rentables avec un client important du Midwest américain. Maintenant, les camions de Kitowski qui font le trajet de retour à Fort Frances rapportent toujours au Canada des chargements en provenance des États-Unis.

La Rainy River Future Development Corporation est l'une des 52 sociétés d'aide au développement des collectivités (SADC) en Ontario; celles-ci sont financées par Industrie Canada et l'Initiative fédérale du développement économique du Nord de l'Ontario (FedNor). Afin d'aider les communautés rurales et celles du





Nord de l'Ontario à diversifier leur économie, les SADC offrent, entre autres services, des conseils en matière d'exportation.

M. Kitowski n'hésite pas à clamer sa confiance dans les services offerts par la Rainy River Future Development Corporation. Lorsque M. Gillon lui a appris récemment qu'il organisait un autre voyage à Wausau, M. Kitowski s'est immédiatement inscrit. Il envisage, à long terme, de profiter pleinement de tous les avantages offerts par l'organisme. Il ajoute : « Dès qu'on a eu recours à ce service une fois, on ne peut plus s'en passer. Si on l'utilise, on peut en tirer profit. »

Un retour à la terre... en grand

Pour la plupart des gens, le rythme effréné de la vie se traduit par un niveau de stress élevé.

Voilà où Marc Saint-Onge a trouvé son créneau. Les habitants de Casselman, en Ontario, foulent une ressource inestimable, la boue de tourbe. Il ne manquait qu'un homme de vision pour faire de cette ressource une entreprise florissante, destinée à procurer des moments de bien-être et de détente à des milliers de gens.

Golden Moor Inc. propose les Produits Marc Saint-Onge à base de boue de tourbe, notamment des bains de détente, des crèmes contre la cellulite et des masques pour le visage. Marc Saint-Onge en est le président-fondateur et ses activités sortent largement du cadre de sa collectivité. Il s'occupe aujourd'hui de la formation technique portant sur l'utilisation de ses produits et du développement de son commerce sur les marchés étrangers. « Lorsque je me suis tourné vers l'exportation, il m'a fallu trouver les personnes-ressources dans les ambassades et les marchés où je souhaitais vendre mes produits », de dire M. Saint-Onge. L'appui d'Équipe Canada inc lui a grandement facilité la tâche.

« J'ai utilisé énormément les services de consultation qui m'ont fait connaître des organismes comme la SEE (Société pour l'expansion des exportations) », précise M. Saint-Onge.

M. Saint-Onge a également participé à la Foire-info pour la petite entreprise de Casselman organisée par Industrie Canada en mai 1999. « J'ai eu la chance de me familiariser avec les différents ordres de gouvernement mis à notre disposition pour assurer notre réussite », dit-il à propos de cet événement.

M. Saint-Onge mentionne que l'appui du gouvernement a également profité à sa collectivité. Au cours de ses voyages autour du monde, il a vanté les vertus de la boue de tourbe de Casselman, donnant ainsi une grande visibilité à la région. Il recommande d'ailleurs chaleureusement les voyages organisés par Équipe Canada à toute entreprise cherchant à percer sur les marchés étrangers.

À propos des services reçus, M. Saint-Onge a affirmé que « le mot "équipe" résume très bien le leadership essentiel à l'entrepreneuriat canadien au sein d'Équipe Canada inc ».

Emprunt du concept d'Équipe Canada inc

Au lieu de partir de zéro, il est souvent préférable de s'inspirer d'une expérience qui a fait ses preuves. C'est pourquoi le groupe Équipe Commerce Niagara a décidé de prendre exemple sur Équipe Canada inc.

Ce groupe régional a été établi conjointement par le Collège Niagara et la Niagara Economic Development and Tourism Corporation (NETC). À titre de partenaire d'ECI, Équipe Commerce Niagara s'applique à accroître





les exportations de la région du Niagara. L'organisme offre aux petites et moyennes entreprises locales une gamme complète de services d'expansion des exportations, incluant une formation, des études de marché, des conseils en matière d'exportation et des services d'entrée sur le marché. Grâce au soutien du partenariat local, le Collège et la NETC proposent une ressource polyvalente qui englobe un service d'assistance centralisé, des programmes de formation (incluant le Forum pour la formation en commerce international, ou FITT) et les services d'entrée sur le marché.

Dans le cadre de cette initiative, le Collège Niagara assure la formation et fournit les conseils nécessaires aux entreprises qui n'exportent pas encore. Un grand nombre d'entre elles sont gérées par des diplômés du Programme de prestations pour travailleurs autonomes du Collège. Ce programme de Développement des ressources humaines Canada offre une formation, des conseils et un soutien du revenu aux nouveaux entrepreneurs. Les diplômés et les gens d'affaires locaux peuvent suivre d'autres cours de formation, comme les ateliers Horizon le monde — FITT et les séminaires Hello Neighbour, lesquels portent sur les principes fondamentaux de l'exportation. Hello Neighbour est une série de 11 séminaires qui expliquent les divers aspects de l'exportation; ils s'adressent particulièrement aux entreprises d'art et d'artisanat, et à celles de l'industrie des aliments et des boissons.

Le Collège Niagara propose également un programme de formation générale destiné aux titulaires de diplômes en commerce international. Les cours s'inspirent des ateliers sur l'acquisition de compétences du FITT, et les participants font des stages dans des entreprises locales où ils contribuent à leur développement sur le plan du commerce international.

Dans le cas des entreprises qui exportent déjà des produits, la NETC offre divers services de soutien, y compris un service élaboré d'entrée sur le marché. Au cours de leur première année d'exploitation, de nombreuses entreprises clientes ont obtenu des succès notables au chapitre des exportations.

À titre de vice-présidente des services destinés aux entreprises et aux étudiants du Collège Niagara et de coprésidente d'Équipe Commerce Niagara, Martha Casson a pu examiner attentivement le travail réalisé. Selon elle, « dans l'ensemble, ce partenariat est l'exemple parfait d'une vaste initiative régionale qui tire parti des ressources en matière de leadership ainsi que de celles liées à l'élaboration de programmes et au développement de produits, qui sont offertes par Équipe Canada inc dans le but d'aider les entreprises canadiennes à exporter leurs produits ».

Un coup de pouce à la fabrication

Située à St. Thomas, en Ontario, l'Entrepreneurial Manufacturing Generator (EMG), est une fondation sans but lucratif qui sert d'incubateur à quiconque désire lancer une entreprise de fabrication.

L'EMG offre un programme d'un an qui commence par un module théorique intensif de trois mois dont l'enseignement est assuré par les professeurs de la Richard Ivey School of Business à l'Université de Western Ontario, et par des experts des usines de fabrication de la région. Le programme utilise les meilleurs éléments du système d'analyse de cas de la Richard Ivey School of Business ainsi que des programmes des gouvernements fédéral et provincial, et de l'industrie.





Après avoir terminé le programme, les participants sont encadrés et suivis durant deux à cinq ans, la période de croissance critique pour une entreprise de fabrication. L'EMG apporte son soutien à chaque étape, notamment pour la conception de plans d'entreprise, la recherche d'investissements en capital, la création et la mise au point de prototypes, l'optimisation de la production et la pénétration de marchés nationaux et internationaux.

Les participants reçoivent également une formation de la Société pour l'expansion des exportations (SEE), membre d'Équipe Canada inc, en vue de se préparer à exporter. Des conférences offertes aux locaux de l'EMG mettent l'accent sur les services offerts par la SEE, y compris les crédits à l'exportation, l'assurance sur le marché national et sur les transactions internationales, les crédits documentaires, les prêts directs à l'acheteur, le financement des produits, les marges de crédit sur location, les achat de billets à ordre et les activités avant expédition. Un autre membre d'ECI, le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, explique les différentes facettes du commerce avec les pays étrangers. Les participants se familiarisent, entre autres, avec le Programme de développement des marchés d'exportation, le Programme de paiements progressifs et les lettres de crédit internationales.

Le programme est offert aux entrepreneurs potentiels qui ont une idée de fabrication viable. Les candidats qui répondent aux critères établis par Développement des ressources humaines Canada (DRHC), autre membre d'ECI, sont admissibles au paiement intégral de leurs frais de scolarité pour un an et peuvent aussi recevoir une allocation de subsistance de 52 semaines pendant qu'ils participent au programme. Par l'entremise de DRHC, l'EMG permet d'établir un lien direct entre les programmes de subventions salariales et les participants lorsque ceux-ci sont prêts à embaucher des employés. Un représentant de l'EMG visite alors plusieurs salons professionnels et surveille les marchés pour s'assurer que les contrats de distribution et les programmes d'exportation sont établis de manière à aider l'entreprise à devenir stable et rentable.

Depuis le lancement du programme de l'EMG il y a deux ans et demi, plus de 40 nouvelles entreprises ont été créées; elles fabriquent des panneaux de signalisation routière électroniques, des fleurs séchées, du matériel destiné à l'aménagement paysager à partir de pneus recyclés et bien d'autres produits.

« Grâce à la formation donnée par l'EMG et le soutien ultérieur qu'elle assure, nous avons réussi en deux ans à concrétiser l'expansion et la croissance au sein de notre industrie », déclare James Taylor, président-directeur général de la société Jatati Recovery and Manufacturing Ltd., entreprise spécialisée dans la récupération de poids lourds et de camions gros porteurs destinés à la ferraille, et dans la fabrication de produits écologiques destinés à des applications dans le domaine de l'aménagement paysager et de l'industrie.

« Nous attribuons directement ce succès à la formation et à l'encadrement continu assurés par le programme, poursuit M. Taylor. Nous explorons actuellement notre capacité d'exportation, ainsi qu'une expansion éventuelle de nos activités aux États-Unis et à l'étranger. »





Annexe

Membres et partenaires d'Équipe Canada inc en Ontario

Membres

Affaires indiennes et du Nord Canada
Agence canadienne de développement international
Agence de développement économique du Canada pour les régions du Québec
Agence de promotion économique du Canada atlantique
Agriculture et agroalimentaire Canada
Banque de Développement du Canada
Conseil national de recherches Canada
Conseil national des produits agricoles
Corporation commerciale canadienne
Développement des ressources humaines Canada
Diversification de l'économie de l'Ouest Canada
Environnement Canada
Industrie Canada
Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
Patrimoine canadien
Ressources naturelles Canada
Revenu Canada
Société canadienne d'hypothèques et de logement
Société pour l'expansion des exportations
Statistique Canada
Transports Canada
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada

Partenaires

Alliance des manufacturiers et des exportateurs du Canada
Association des banquiers canadiens
Centre de services aux entreprises Canada Ontario
Chambre de commerce de l'Ontario
Chambre de commerce de Mississauga
Chambre de commerce de Toronto
Chambre de commerce du Canada
Conseil Canadien pour les Amériques
Economic Developers Council of Ontario
Entrepreneurial Manufacturing Generator
Équipe commerce Niagara
FedNor
Fondation Asie Pacifique du Canada
Forum pour la formation en commerce international
Ministère de l'agriculture, de l'alimentation et des affaires rurales de l'Ontario
Ministère du développement du nord et des mines de l'Ontario
Ontario export inc. (Ministère du développement économique et du commerce de l'Ontario)
Projet de développement des exportations de la région de l'Ontario
Société d'aide au développement des collectivités
Ville de Toronto

exportsource.gc.ca

1 888 811-1119

