

LA GESTION DU RISQUE ET LE MANQUE DE RESSOURCES SONT LES PRINCIPAUX OBSTACLES DES PME À L'INNOVATION ET À L'EXPORTATION.

SECOR a dévoilé aujourd'hui les résultats de son enquête PME : INNOVATION/EXPORTATION, qui démontre comment les meilleures de nos entreprises réussissent dans ce domaine en parvenant à surmonter deux obstacles principaux : la gestion du risque et le manque de ressources.

Cette enquête est le fruit d'une collaboration entre partenaires publics et privés : l'Association des CLD du Québec, la Banque de développement du Canada (BDC), la Banque Nationale, Bell, et le ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation.

« Les entreprises québécoises accusent un retard de productivité par rapport à la concurrence mondiale. Malgré l'importance des enjeux de la relève et de la capacité à innover, elles peuvent, aujourd'hui, relever le défi de la compétitivité et réussir sur les marchés mondiaux. Or, cette réussite revient en grande partie aux décideurs. Les entrepreneurs québécois ont le pouvoir de décider de leur avenir. Ils peuvent aspirer aux meilleurs rendements à condition d'investir, d'innover et de s'internationaliser. » Jacques Deforges, vice-président, Vente et service – Entreprises (Québec), Banque Nationale.

L'étude mesure la réussite en intégrant la croissance des ventes, la croissance de l'emploi et la croissance des bénéficiaires d'exploitation dans un indice de performance. Les 80 entreprises qui se retrouvent dans le quadrant le plus élevé de l'indice de performance sont les championnes.

Les champions concentrent leurs efforts d'innovation sur des leviers qui renforcent leur positionnement dans le marché. L'étude révèle cinq grands leviers pour cinq profils d'innovation:

1. L'amélioration continue pour les entreprises qui font des produits/services de base comme Premier Tech;
2. La stratégie de mise en marché pour les entreprises qui font des produits/services de masse comme Navigue.com;
3. Les technologies ou méthodologies distinctives pour les entreprises qui font des produits/services sur commande comme Cambli;
4. L'efficacité des réseaux de développeurs pour les entreprises qui font des plateformes comme Audiokinetic;
5. L'attraction des experts et les partenariats pour les entreprises qui font des produits/services créatifs comme TravellerPad.

Même si, actuellement, peu de PME exportent, l'étude révèle qu'elles ont l'intention de développer de nouvelles cibles de marché dans les trois prochaines années, notamment en

Amérique du Sud, au Mexique et en Chine. La tendance est à la diversification des marchés d'exportation.

« L'étude permet de mieux saisir les meilleures pratiques des entreprises performantes. Nous invitons donc les entrepreneurs à s'en inspirer afin d'orienter leurs efforts de développement. Une chose est certaine : il est plus que jamais impératif d'investir, d'innover et de s'internationaliser. Bref, il faut passer à l'action. » Michel Bergeron, vice-président, Relations d'entreprise, Banque de développement du Canada (BDC).

La population à l'étude était composée de 10 000 PME (dont neuf PME de la région d'Acton) du secteur des biens et des services à valeur ajoutée. Au total, 1 500 entreprises ont été contactées par les Centres locaux de développement du Québec, et 550 dirigeants de PME ont répondu au questionnaire de l'enquête en ligne, entre mai et juillet 2011.

Pour consulter le rapport de l'enquête, allez jeter un coup d'œil à l'adresse suivante : www.pme-sme-innovation-exportation.com.