

Championnes

Des idées et des ressources pour les femmes chefs d'entreprise

zoom | instantané

Expansion internationale : « Mission » possible

« Nos ambassades et nos consulats constituent une arme secrète pour toute entreprise canadienne désireuse d'exporter. » Au cours d'une réception parrainée récemment par RBC Banque Royale® et le Women in International Trade Ontario (Ontariennes qui participent au commerce international), c'est sur ces paroles que **Dianne Waterhouse**, présidente de Round Top Windows Inc. et lauréate en 2000 du Prix canadien de l'entrepreneuriat féminin de l'année, a vivement encouragé les autres femmes chefs d'entreprise à tirer profit des occasions et des ressources qui existent et à se tailler une place au sein de l'économie mondiale. L'événement a accueilli les membres du conseil de l'Organization of Women in International Trade à leur première réunion canadienne et a souligné les nombreux appuis et les possibilités qui s'offrent aux femmes en matière d'exportation.

« Nos ambassades et nos consulats sont des atouts tout à fait inestimables... il s'agit sans doute du secret le mieux gardé au Canada ! »

L'expansion internationale a également constitué un thème clé du colloque annuel de l'association The International Alliance (TIA), Women's Odyssey, tenu à Toronto en octobre 2001 et parrainé par RBC Banque Royale.

« Les gens ont l'impression que pour conclure des affaires, il faut serrer des mains », a déclaré

table des matières

Profil des championnes	2
Hommage aux femmes entrepreneures innovatrices	4
Conseils pour l'accès au crédit	6
Comment bâtir une stratégie médiatique	7
Manchettes et ressources	8



Catharine Devlin, présidente de Devlin Applied Design, qui se spécialise dans la conception de sites Web. L'Internet offre une nouvelle façon de faire des affaires, qui facilite aux entreprises canadiennes l'accès à des marchés mondiaux sans qu'il ne soit nécessaire d'ouvrir des bureaux à l'étranger.

« Vous pouvez tout de même visiter d'autres marchés », ajoute Catharine, qui voit dans les missions commerciales une bonne stratégie si vous avez déjà établi des contacts dans ces régions, fixé vos objectifs et sollicité l'aide de délégués commerciaux qui se chargent de préparer vos rencontres avec d'éventuels fournisseurs, agents ou clients. « Les missions commerciales sont un excellent moyen de rencontrer les délégués commerciaux dans les régions visées. Vous pourrez toujours compter sur leur aide. »

Rossana Magnotta, vice-présidente exécutive de Magnotta International, l'un des plus grands producteurs de vin au Canada, a également participé à de nombreuses missions commerciales et elle reconnaît qu'elles sont un atout pour les femmes. Comment s'y prendre pour réaliser des affaires à l'étranger ?

« Prévoyez des réunions en personne dans votre budget et établissez de bonnes relations », conseille-t-elle. « Une poignée de mains et un contact peuvent faire la différence. »

Selon une autre conférencière, **Ellen McGregor**, présidente et chef de la direction de Fielding Chemical Technologies Inc., vous devez comprendre votre tolérance à la croissance, c'est-à-dire le fardeau que représente, pour vos ressources humaines et votre capital financier, le positionnement de votre entreprise en vue d'une croissance mondiale. Elle aussi s'empresse de souligner l'importance du Service des délégués commerciaux, dont l'aide est absolument précieuse à son avis. Dianne Waterhouse abonde exactement dans le même sens. « Il s'agit du secret le mieux gardé au Canada ! »

Pour d'autres renseignements et conseils sur l'expansion internationale, consultez le site <http://www.rbcbanqueroyale.com/pme/femmes> et www.infoexport.gc.ca/businesswomen

commentaires | message



La très honorable Kim Campbell, à gauche, et Betty Wood.

Selon les dernières statistiques, un peu moins de 10 % des entreprises dirigées par des femmes exportent. Il existe de superbes occasions pour davantage de femmes de se lancer à l'assaut des marchés mondiaux. On trouve en outre un nombre croissant de soutiens et de modèles, comme en témoigne notre article vedette.

L'une de ces occasions correspond justement à la première Mission commerciale de femmes d'affaires de l'Australie, qui a eu lieu en juin de cette année, financée par la Global Banking Alliance for Women, dont RBC Banque Royale est un membre fondateur. L'événement incluait le jumelage sur mesure des entreprises et la participation au congrès annuel du Réseau australien des femmes d'affaires. Vous pourrez profiter d'une autre occasion, si le marché américain vous intéresse, en vous joignant à une délégation canadienne qui se rendra à Dallas en octobre pour le congrès annuel de l'Organization of Women in International Trade. Reportez-vous à la page 8 pour plus de détails sur cet événement.

Que vous exportiez déjà, que vous soyez prête à vous attaquer au marché mondial ou que vous préfériez vous concentrer sur le marché national, la note positive est que notre économie reprend de la vigueur et que les perspectives sont reluisantes pour l'année à venir, tant au Canada qu'aux États-Unis, notre principal partenaire commercial. En fin de compte, c'est le moment idéal de miser sur la croissance !

RBC Banque Royale est heureuse de parrainer les événements récents décrits dans la présente page, car cette démarche correspond à notre objectif d'aider les entreprises dirigées par des femmes. J'ai eu l'honneur de rencontrer de nouveau la très honorable **Kim Campbell** et d'entendre son discours de conférencière principale au congrès Women's Odyssey l'automne dernier. Figure réputée dans l'arène politique mondiale, elle possède une expérience unique à titre d'ex-Première ministre du Canada, de consule générale du Canada à Los Angeles et aujourd'hui comme présidente du Center for Public Leadership à Harvard. Le message qu'elle livre quant à la manière de se redéfinir à la suite de revers personnels ou professionnels a été une grande source d'inspiration.

Vous pouvez obtenir un sommaire du colloque Women's Odyssey en vous reportant à la section « Vous avez raté l'événement ? Consultez les notes » de notre site Web à l'adresse www.rbcbanqueroyale.com/pme/femmes/fr_events. Une fois dans cette section, je vous encourage à vous joindre à notre Réseau virtuel et à profiter des ressources que nous offrons gratuitement aux femmes entrepreneures.

Betty Wood,

Directrice nationale, Marché des femmes entrepreneures
RBC Banque Royale

championne | profil

Nom : Kathie Emms (613) 564-4884 kathie.emms@rbc.com

Description de poste : Directrice de comptes en gestion relationnelle

Lieu : Ottawa (Ontario)

Citation : « Plus longtemps j'exerce mes fonctions, plus j'élargis mon réseau, ce qui me permet d'apporter une valeur ajoutée à mes clientes. »

Bien que **Kathie Emms** ait officiellement mis sur pied l'équipe Marché des femmes entrepreneures à Ottawa il y a six ans, cette banquière de RBC Banque Royale, qui compte 27 ans d'expérience, se fait la championne de ses clientes en toute occasion, de manière officieuse. « J'essaie d'appuyer les femmes même si leurs besoins d'entreprise n'exigent pas les services d'une directrice de comptes attirée. Les femmes souhaitent établir une relation qui leur inspire une confiance mutuelle et je crois que c'est l'une de mes cartes maîtresses – l'écoute et la détermination de leurs besoins. »

Le parfait exemple est sa relation avec Sharon Henhoeffer, nouée en 1995 lorsque la banque est devenue le premier établissement prêteur de l'entreprise en démarrage de Sharon. Kathie a maintenu le contact et a même envoyé des fleurs à Sharon lorsqu'on lui a décerné divers prix. La relation a grandi au même rythme que l'entreprise de Sharon et Kathie a fini par devenir sa directrice de comptes.

Kathie attribue le succès de Sharon à sa vision, à son dynamisme et à son sens aigu des affaires. « Elle saisit vraiment la nature profonde des affaires, pas uniquement la nature du produit ou du service qu'elle offre. » Kathie félicite également Sharon pour son milieu de travail positif qui lui permet de conserver des employés précieux et également pour son marketing stratégique proactif. « Elle a même conçu un outil de suivi qui lui permet de savoir qui fait quoi au sein du gouvernement, son plus important client, étant donné que les décideurs vont et viennent. »

Kathie et Sharon entretiennent également des liens en tant que membres du Women's Business Network à Ottawa. Au cours de ses dix ans de participation, Kathie a siégé au conseil à titre de présidente de programme, donnant à la Banque un visage humain dans la collectivité. Elle continue de contribuer à l'organisation d'événements, demeurant à l'affût des occasions pour ses clientes de se faire inviter à titre de conférencières, gestes qui cultivent leur loyauté. « Les femmes apprécient le genre de soutien qu'elles reçoivent de la Banque, qu'il s'agisse d'occasions de maillage ou du parrainage de prix. Elles ont bonne mémoire. »

Kathie aime bien la camaraderie que lui apportent le travail avec les femmes et son rôle de championne de leur cause. « Ce rôle me va comme un gant. » Consciente du fait que certaines femmes se sentent intimidées par les agents des services aux entreprises et sont plus à l'aise en présence d'un personnel féminin, elle a commencé il y a plusieurs années à élargir son équipe Marché des femmes entrepreneures, recrutant des représentantes d'autres secteurs de la Banque et organisant des petits déjeuners de maillage.

« Les femmes chefs d'entreprise mesurent souvent le succès autrement des hommes et font des affaires d'une autre manière », fait-elle remarquer. « Elles sont plus réfléchies et planifient davantage. Dans la façon de faire des affaires, je crois que le fossé est en train de rétrécir entre hommes et femmes. C'est une bonne chose, mais les femmes seront toujours différentes. »

Pour sa part, Kathie continuera de poursuivre sa passion, les services bancaires aux entreprises. « C'est une carrière merveilleuse ! Vous grandissez en même temps que vos clients et vous apprenez sans cesse. » Toutes les banques offrent des prêts et des comptes de dépôt, commente-t-elle, mais la véritable valeur que nous offrons réside dans les relations et les réseaux. « Plus longtemps j'exerce mes fonctions, plus j'élargis mon réseau, ce qui me permet d'apporter une valeur ajoutée à mes clientes en leur fournissant les références dont elles ont besoin. »



Kathie Emms

« Les femmes souhaitent établir une relation qui leur inspire une confiance mutuelle. »

RBC Banque Royale

cliente | championne



Sharon
Henhoeffler

Nom : Sharon Henhoeffler (613) 233-0807, poste 222 sbaronb@intoinfo.com
www.intoinfo.com

Description de poste : Présidente et cofondatrice, Intoinfo Inc.

Lieu : Ottawa (Ontario)

Citation : « Je ne me suis jamais sentie sous-estimée du simple fait que j'œuvre dans une industrie à prédominance masculine. »

Le monde des nouveaux médias et de la technologie de l'information évolue rapidement, mais **Sharon Henhoeffler** arrive comme pas une à suivre la cadence et à prospérer. Elle a non seulement assuré la croissance de sa société de conseils en stratégie Internet, faisant passer ses effectifs de deux à vingt employés depuis 1995 et portant son chiffre d'affaires à plus de deux millions de dollars, mais elle prévoit également au moins doubler les revenus de l'entreprise au cours de l'année à venir. Chemin faisant, cette jeune entrepreneure avisée et son entreprise, qu'elle a fondée de concert avec son associé Andrey Domagalski, ont mérité plusieurs prix, y compris des distinctions pour l'avancement social et communautaire. Parmi leurs nombreux projets, citons la mise au point stratégique et la conception du site Web du Premier ministre du Canada (www.pm.gc.ca).

« Nous sommes d'abord une entreprise, puis une société d'informatique », confie Sharon,

dont l'approche combine vision et stratégie empreintes d'une passion vouée à la conscience sociale. Ancienne fonctionnaire œuvrant dans le domaine de la TI et de la gestion de l'information à la Cour suprême du Canada, elle est au fait des besoins uniques du gouvernement. Intoinfo est engagée à fond dans les initiatives en ligne d'Ottawa visant à améliorer l'accès à l'information pour la population du Canada, plus de 90 % des activités de l'entreprise étant axées sur ce domaine.

« J'adore la technologie », déclare Sharon, qui voit en elle un outil favorisant le transfert d'information et d'expertise pour aider les gens et les organisations à apprendre. C'est de là que vient le nom Intoinfo – la mission étant d'aider les clients à trouver des solutions aux défis d'affaires à l'aide de la technologie. Les services qu'offre l'entreprise comprennent la planification stratégique Internet, la production Web et la promotion Web. « Internet se situe bien au-delà de la conception attrayante. Nous débordons cet aspect et adoptons une approche novatrice de conseils en gestion pour évaluer toutes les facettes qui influent sur la présence en ligne du client et les besoins de transformation numérique. »

Dans une industrie hautement concurrentielle, où les entreprises misent souvent sur l'augmentation des revenus à tout prix afin d'entrer en bourse, Sharon adopte une approche différente. « Nous passons peu de temps à suivre la concurrence. Nous cherchons plutôt à offrir des solutions uniques aux défis que rencontrent nos clients. Vous devez vous soucier de la qualité, pas seulement des revenus. » Son approche axée sur la personne et le milieu de travail ouvert qu'elle a façonné à Intoinfo en témoignent. Selon elle, l'un des plus grands facteurs de succès de l'entreprise repose sur la qualité de son personnel.

« D'abord et avant tout, nous cherchons des gens qui partagent les mêmes valeurs et un engagement envers le client qui nous caractérisent comme propriétaires plutôt que de nous concentrer sur les compétences techniques », explique Sharon. Les employés partagent une éthique professionnelle semblable et aiment leur travail, possèdent un esprit d'équipe, assument leurs responsabilités et croient en un équilibre entre le travail et la vie familiale. « Nous essayons de favoriser un milieu où les gens viennent avoir du plaisir, innover et créer tout en faisant ce qu'ils aiment. Nous n'employons pas le qualificatif travail ».

« A titre d'entrepreneuse, vous tenez le gouvernail, vous êtes maître de la situation et vous donnez le ton aux événements jour après jour. »

Pour favoriser la croissance efficace d'une entreprise, Sharon conseille surtout d'entretenir des communications ouvertes avec votre personnel et avec vos associés en affaires. Elle insiste aussi sur l'importance d'une solide infrastructure et de l'« excellence opérationnelle ».

Elle souligne le mérite de sa directrice de comptes, RBC Banque Royale, Kathie Emms, pour son renforcement positif et ses encouragements tout au long de la croissance d'Intoinfo. « Kathie est la première personne que nous avons rencontrée à la banque lorsque nous avons démarré notre entreprise et nous avons toujours conservé des liens étroits. Aujourd'hui, elle nous aide à analyser des options, par exemple le crédit-bail par opposition à l'achat, et discute de nos ratios d'exploitation, ce qui nous est tout à fait précieux, surtout dans une industrie du savoir. »

C'est par l'entremise de Kathie que Sharon est devenue membre de la Women's Business Network Association d'Ottawa, réseau qu'elle a trouvé à la fois captivant et constructif. « Les réseaux sont importants car, dans les affaires, tout tourne autour de la création de liens, et non de la vente. »

Champions/ Championnes du marché des femme d'affaires

Pour de plus amples renseignements au sujet des services offerts par RBC Banque Royale et des initiatives locales à l'intention des femmes entrepreneures, veuillez communiquer avec la championne de votre région.*

Colombie-Britannique :

Rosemary Lee
 Direction de la C.-B.
 Tél. : (604) 665-0717
 rosemary.lee@rbc.com

Alberta :

Murray Gartner
 Direction des Prairies
 Tél. : (403) 292-3189
 murray.gartner@rbc.com

Manitoba :

Vi Desrochers - Winnipeg
 Tél. : (204) 988-4268
 vi.desrochers@rbc.com

Saskatchewan :

Tina Gatward - Regina
 Tél. : (306) 780-2697
 tina.gatward@rbc.com

Ontario :

Lynne Bain
 Direction de l'Ontario
 Tél. : (416) 974-5434
 lynne.bain@rbc.com

Kathie Emms - Ottawa
 Tél. : (613) 564-4884
 kathie.emms@rbc.com

Québec :

Maryse Gosselin
 Direction du Québec
 Tél. : (514) 874-8411
 maryse.gosselin@rbc.com

Andrée Potvin - Montréal Est
 Tél. : (514) 493-5846
 andree.potvin@rbc.com

Cécile Gilbert - Laval
 Tél. : (450) 686-3384
 cecile.gilbert@rbc.com

Francine Fortin - Montréal Ouest
 Tél. : (514) 856-8605
 francine.fortin@rbc.com

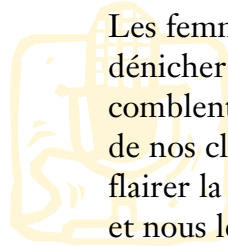
Johanne Grenier - Québec
 Tél. : (418) 692-6848
 johanne.grenier@rbc.com

Rachel Belzil - Rive-Sud
 Tél. : (450) 442-5695
 rachel.belzil@rbc.com

Atlantique :

Colleen Ivimey
 Direction de l'Atlantique
 Tél. : (902) 421-8234
 colleen.ivimey@rbc.com

* La liste des championnes n'est pas exhaustive. Communiquez avec le représentant de votre région pour obtenir d'autres noms.



Les femmes ont un flair particulier pour ce qui est de dénicher des créneaux et de lancer des entreprises qui comblent un vide sur le marché. Voici le portrait de cinq de nos clientes des quatre coins du Canada qui ont su flairer la bonne occasion. Nous sommes fiers de leur succès et nous leur levons notre chapeau !



Nom : Audrey Alsterberg, présidente

Société : Rebar Modern Food Ltd, Victoria, (C.B.)
 (250) 385-8510 audreydale@shaw.ca www.rebarmodernfood.com

Description : Depuis 1989, Rebar – chef de file dans l'Ouest du Canada pour sa cuisine végétarienne et sa conscience environnementale – sert des aliments sains, frais et originaux à son établissement dans le Bastion Square historique de Victoria.

Croissance : Il y a onze ans, Audrey, ancienne graphiste ayant un penchant pour la saine alimentation, a fait part à RBC Banque Royale de son idée d'ouvrir un restaurant végétarien. Son entreprise compte aujourd'hui 50 employés et englobe également

Cascadia Wholefoods Bakery, qui fournit aux magasins et restaurants des pains et des produits précuits et sans agent de conservation. Cette extraordinaire artiste conceptuelle de l'alimentation a lancé dernièrement Big Ideas Publishing Inc. pour réaliser son rêve, c'est-à-dire rédiger un livre de recettes végétariennes. On peut se procurer le *Rebar Modern Food Cookbook* dans toutes les grandes librairies. Wanda Urbanowick en est la coauteure.

Conseils pour la croissance : « Soyez prête à prendre des risques et faites confiance à votre propre jugement. »

Aide reçue de RBC : La banque m'a accordé des prêts à terme pour le démarrage et le nouvel équipement. « Et ma directrice de comptes, Cheryl Redhead, m'a offert un grand soutien tout en étant un modèle fantastique. Elle a été la première à parier sur moi. Sans elle, je n'aurais jamais parcouru tout ce chemin. »



Nom : Francine Nesbitt, présidente

Société : Safe & Sound Manufacturing Inc., Bowmanville, (Ontario)
 (905) 697-9734 nesbitt@safe-sound.net www.safe-sound.net

Description : Fabricant de vêtements haute visibilité (comme les vestes en molleton Polarfleece) et d'accessoires (dont les ceintures et les casques réflecteurs) pour l'industrie de la sécurité, Safe & Sound est passé maître dans l'art d'exploiter les idées novatrices et la nouvelle technologie de la fibre pour fabriquer des produits de qualité qui répondent aux règlements et aux normes de sécurité partout dans le monde. Depuis le 11 septembre, l'entreprise est devenue plus consciente que jamais de l'importance de l'identification de

l'entreprise sur les vêtements et elle offre gratuitement des logos réfléchissants pour toute commande majeure.

Croissance : En 1992, Francine a commencé à produire chez elle des casques protecteurs munis d'une vignette réfléchissante pour les mineurs à l'aide d'un fusil à colle, après une carrière en formation auprès d'une entreprise de fabrication d'articles de sécurité qui a fermé ses portes au Canada. Une décennie plus tard, Safe & Sound poursuit ses activités dans une usine de fabrication de 3 500 pieds carrés, emploie vingt personnes et ses ventes sont à la hausse, dont 10 % sont destinées aux États-Unis. Il y a quatre ans, le mari de Francine s'est joint à l'entreprise à temps plein à titre de vice-président.

Conseils pour la croissance : « Persévérez. Au départ, la croissance rapide vous entraîne dans un tourbillon et vous obnubile. Mais le profit vient avec la croissance et c'est alors que le travail commence à prendre une tournure agréable ! »

Aide reçue de RBC : « La marge de crédit est vraiment importante, mais l'aide ne se résume pas au financement. Ma directrice de comptes, Sybil Ades, m'a forcée à sortir de mon sous-sol ! Elle avait confiance en moi et m'a encouragée à foncer. Les conseils et l'appui moral que j'ai reçus en cours de route ont été fantastiques. Elle tient à l'œil la croissance de l'entreprise et nous recommande des produits et de la formation pour nous aider. »



Nom : Jocelyna Dubuc, présidente

Société : Spa Eastman, Eastman, (Québec)
(450) 297-3009 jocelynad@spa-eastman.com www.spa-eastman.com

Description : Relais santé holistique de villégiature – situé sur une propriété de 315 acres dans un cadre champêtre genre petit village – qui attire des clients de partout dans le monde et qui offre un éventail complet de traitements et de services pour régénérer le corps et l'esprit. Fondé en 1977, le relais santé Spa Eastman possède également une succursale à Montréal pour des séjours d'une journée.

Contexte : Ex-enseignante à l'école secondaire, Jocelyna a commencé à s'intéresser aux médecines naturelles, à la méditation et au yoga et a réalisé son rêve qui consistait à bâtir un village axé sur la santé où les gens pourraient venir suivre une cure de rajeunissement. « Les rêves auxquels on croit vraiment finissent forcément par se réaliser ». En 1993, elle a cofondé le « Spa Association », dont elle continue d'être la présidente, pour promouvoir et normaliser l'industrie. On lui a décerné en 1997 le Prix canadien de l'entrepreneuriat féminin de l'année – Œuvre de toute une vie.

Conseils pour la croissance : « Demeurez en contact avec des gens qui réussissent et trouvez un mentor qui vous appuiera beau temps mauvais temps ! »

Aide reçue de RBC : « La banque a financé l'achat d'équipement pour nous permettre de mener à bien une expansion de 3,5 millions de dollars en 1999. »

« Grâce à ce saut dans l'inconnu, la banque a réduit mes frais d'exploitation... »



Nom : Joan Weeks, présidente

Société : Folkus Atlantic Inc., Sydney, (Nouvelle-Écosse)
(902) 539-3363 folkus@auracom.com www.folkus.com

Description : Entreprise de production vidéo et de nouveaux médias lancée en 1991, Folkus Atlantic dessert les établissements d'enseignement, le gouvernement et les entreprises à vocation culturelle ou éducative. Les CD-ROM et documentaires de Joan, produits pour des clients comme Bravo !, la SRC et le canal Découverte, ont reçu un accueil chaleureux tant au Canada qu'aux États-Unis.

Contexte : Joan a fait appel à son expérience de rédactrice-communicatrice auprès de la SRC pour lancer et développer son entreprise. En tant que propriétaire unique, elle recrute à contrat des recherchistes, des cameramen et des techniciens et gère la production vidéo et l'aspect communications, avec le concours de deux employés.

Conseils pour la croissance : « Surveillez vos coûts et concentrez-vous sur l'essentiel, par exemple le personnel et l'équipement. Évitez de trop dépenser sur le matériel tape-à-l'œil qui n'a pas de véritable intérêt, comme les voitures de luxe. »

Aide reçue de RBC : Un prêt de la banque pour l'achat d'un système de montage numérique a permis à Joan de devenir l'une des premières dans la province à s'aventurer dans le monde du montage haute technologie. « Grâce à ce saut dans l'inconnu, la banque a réduit mes frais d'exploitation car j'étais en mesure de tout faire à l'aide de ma propre suite de montage. »

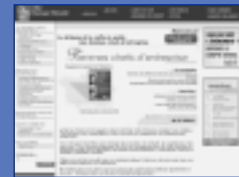
Hommage spécial



RBC Banque Royale tient à rendre hommage également aux jeunes étoiles montantes de l'entrepreneuriat comme Heather Rovet (416 920-3482) qui, en 2000, a lancé sa boutique de vêtements en

ligne, divadigs.com. Elle crée et vend des sous-vêtements pour femmes uniques et stylisés qu'elle souhaite convertir en une marque de lingerie féminine. « Tout le monde en a besoin et les tendances de la mode n'ont pas d'emprise sur ces vêtements », observe-t-elle. En janvier, Heather a obtenu le prix Best Youth Entrepreneur Booth Design à Uniquely Ontario, programme de développement des entreprises parrainé par RBC Banque Royale (www.uniquelycanada.com – en anglais seulement), qui aide les microentrepreneurs comme elle à se tailler une place sur les marchés de gros. « On se sent comme l'enfant qui met les pieds à la colonie de vacances pour la première fois. ». Tout le monde à Uniquely nous appuie et nous stimule. J'ai établi d'excellents contacts dans le domaine du commerce de détail

Ressources pour les femmes



Consultez périodiquement notre site Web pour les femmes entrepreneures à

www.rbcbanqueroiyale.com/pme/femmes/. Il s'agit d'un guichet unique d'information pour vous permettre d'améliorer et développer votre entreprise. Voici un aperçu de ce qu'on y trouve :

- **Création de votre entreprise :** Stratégies de démarrage, de financement, de croissance et d'exportation.
- **Partage des stratégies commerciales :** Tuyaux et conseils de femmes entrepreneures avisées.
- **Ressources et liens :** Centaines de contacts clés, d'associations, de publications et de sites Web.
- **Événements :** Contient la section populaire « Vous avez raté l'événement ? Consultez les notes » pour les femmes pressées.

Comment accéder au crédit

Trouver l'argent nécessaire au démarrage ou à l'expansion de son entreprise est souvent l'un des plus redoutables défis que doivent affronter les entrepreneures. « Il existe de nombreux moyens d'accéder au crédit, mais bien souvent les gens ne saisissent pas qu'il est avantageux de s'y prendre autrement », explique Janie Frank, directrice de comptes pour les PME auprès de RBC Banque Royale (janie.frank@rbc.com). Elle offre les conseils suivants pour se préparer du mieux possible à obtenir un financement auprès d'une banque et propose aussi certaines autres options :

- **Conservez une cote de solvabilité personnelle solide.** La cote de solvabilité est l'un des outils les plus importants dont se sert une banque pour évaluer une demande de crédit. Par conséquent, établissez votre cote personnelle et faites en sorte qu'elle demeure saine. Les comptes en souffrance, les chèques sans provision et le défaut de paiement du solde de vos cartes de crédit peuvent réduire vos chances d'obtenir un prêt pour votre entreprise. Vérifiez votre dossier de crédit régulièrement et, si vous constatez une notation négative ou des inexac-titudes, communiquez avec l'agence d'évaluation du crédit et faites tout en votre pouvoir pour les faire effacer. Il est à noter que votre cote de crédit personnelle est en général le seul critère utilisé par les banquiers au moment d'approuver des prêts de moins de 50 000 \$.

Les conseils suivants sont également recommandés si vous cherchez à emprunter plus de 100 000 \$:

- **Préparez un plan d'affaires solide.** Donnez dans le détail et soyez clair et réaliste. Créez un plan qui raconte votre parcours au prêteur tout en étant réalisable et mesurable. Dites-vous bien que ce plan est votre clé du succès. Pour vous préparer, utilisez les nombreuses ressources qui existent, y compris le planificateur financier Pensez grand de RBC Banque Royale (www.rbcbanqueroiyale.com/pme/pmegrand). Votre chambre de commerce locale ou votre centre de services aux petites entreprises sont de bonnes sources pour les séminaires et l'encadrement portant sur l'élaboration d'un plan d'affaires. Prévoyez les meilleurs et les pires scénarios possibles dans votre plan et démontrez votre volonté et votre capacité de rembourser le prêt si les choses prennent une mauvaise tournure.
- **Faites vos recherches.** Il est important de prouver que vous avez fait vos recherches pour soutenir votre demande de financement. Avez-vous vérifié la solvabilité des clients et des prospects pour savoir si vous serez payée rapidement ? Si vous désirez un prêt pour vous procurer un équipement coûteux pour votre entreprise en croissance, avez-vous fait la preuve que les nouvelles ventes prévues sont légitimes, par exemple en obtenant un contrat d'abord puis en louant l'équipement ? Et n'oubliez pas de choisir vos associés en affaires avec sagesse. Ne vous laissez pas leurrer par quelqu'un qui n'a pas un très bon dossier de crédit et qui cherche à profiter de votre bonne cote de solvabilité.
- **Choisissez un prêteur qui comprend votre entreprise.** Essayez de trouver un banquier ou une banquière qui manifeste un intérêt sincère pour votre entreprise et qui sera toujours disposé à vous fournir des conseils, des outils et un soutien. Les Championnes de RBC Banque Royale, par exemple, sont formées pour comprendre les besoins uniques des femmes entrepreneures et peuvent servir de lien vers des renseignements et des services gratuits en tous genres. Sensibilisez votre banquier à la réalité de votre entreprise et soyez proactive en le renseignant sur vos succès et vos échecs.

Options de financement

Si on vous refuse un prêt, cherchez à comprendre pourquoi. Vous saurez ainsi quoi faire avant de soumettre une nouvelle demande. Demandez à votre banquier de vous conseiller d'autres sources si un prêt bancaire ne constitue pas le meilleur type de financement à ce stade du développement de votre entreprise. Selon Janie, voici certaines solutions de rechange :

- ✓ **Valeur nette de votre maison :** Vous pouvez hypothéquer votre maison pour financer votre entreprise, mais songez avec soin au montant que vous êtes disposée à investir. Il est à noter que traditionnellement les prêts hypothécaires résidentiels comportent les plus bas taux d'intérêt. Vous économiserez ainsi de l'argent.
- ✓ **Marge de crédit personnelle :** Établissez une marge de crédit personnelle sur votre maison. Si vous offrez votre maison en garantie, vous pouvez emprunter et investir les fonds dans votre entreprise. Lorsque votre investissement personnel n'est plus nécessaire au financement de l'entreprise, vous pouvez retirer de votre entreprise vos prêts à l'abri de l'impôt.
- ✓ **Parents et amis :** Vu la faiblesse des taux d'intérêt, le moment est bien choisi pour offrir à votre famille et à vos amis intéressés un meilleur rendement sur leur placement au lieu d'un CPG, par exemple. Prenez soin de rédiger un contrat officiel à cette fin.
- ✓ **Fournisseurs :** Négociez des modalités de paiement plus longues avec les fournisseurs ou les fournisseurs éventuels.
- ✓ **Échanges :** Vous pouvez vous livrer à des échanges avec d'autres entreprises. Il peut s'agir de biens ou de services, dont la publicité.
- ✓ **Moneris (c.-à-d. marchand Visa* ou MasterCard) :** Vendez aux clients qui utilisent une carte de crédit pour obtenir l'argent immédiatement et atténuer votre risque. Oubliez l'escompte; en effet, l'amélioration des liquidités et l'élimination du risque associé aux créanciers devraient largement compenser l'escompte.

Représentez-vous un bon risque de crédit ?

Voyez dans quelle mesure vous répondez aux quatre critères du crédit dont se servent les banquiers pour évaluer les demandes de prêt :

1. **Capacité de remboursement :** Le prêteur étudie votre revenu et les preuves de revenu pour s'assurer que vous pouvez rembourser le prêt et il fera appel à des ratios financiers normalisés pour votre genre d'entreprise pour s'assurer que vos prévisions sont réalistes et conformes aux normes de l'industrie.
2. **Conditions :** Le prêteur évalue le climat économique ainsi que les occasions et les menaces associées à l'environnement de votre entreprise.
3. **Garantie :** Si vous avez lancé une nouvelle entreprise et que vous n'avez pas de références, les établissements prêteurs s'attendront à ce que vous donniez en nantissement les immobilisations de votre entreprise, par exemple l'immeuble ou des garanties personnelles comme votre maison, en cas d'échec de votre entreprise. En général, on demande aux entreprises constituées en société une garantie personnelle à titre de preuve d'engagement. De plus, votre banque exigera les états financiers dressés par un comptable pour

Cinq étapes pour l'établissement de relations dynamiques avec les médias

Il est souvent plus efficace de faire parler de vous et de votre entreprise dans les médias que de placer des annonces publicitaires pour mieux vous faire connaître et accroître vos ventes. Mais bien des gens ont peur de s'adresser aux médias ou ne savent pas comment capter leur attention.

« Tout le monde peut mener une campagne médiatique efficace à l'aide des outils appropriés », affirme **Susan Sommers**, présidente de Susan Sommers & Associates Inc. (tél. : 905 889-6029; courriel : susandsommers@hotmail.com) et auteure de *Building Media Relationships* (Irwin Publishing, 2002). « Ce qui compte, ce n'est pas qui l'on connaît, mais plutôt ce que l'on connaît », déclare l'ancienne pigiste, rédactrice et enseignante, relations avec les médias.

Certains éléments clés de sa stratégie proactive et fructueuse de relations avec les médias :

- 1 Comprendre ce qui est digne d'une couverture médiatique – avoir un sujet accrocheur ou une perspective qui saura plaire au public des médias avec qui vous communiquez.
- 2 Communiquer avec tous les médias qui rejoignent votre marché cible. Ne pas se limiter aux journaux, à la télé ou à la radio. Envisager aussi les bulletins (d'associations ou du gouvernement), les publications spécialisées, les médias Internet et les substituts. Faire appel aux répertoires de médias comme Bowdens, Matthews List et Canadian Advertising Rates and Data (CARD) pour dresser sa liste et chercher à se renseigner sur le personnel, les échéances et les présentations.
- 3 Créer un matériel publicitaire dynamique. Concevoir un dossier de presse pour son entreprise où l'on trouve un communiqué, une feuille de renseignements, des témoignages, des idées d'articles, des biographies, des reconnaissances, des photos et des articles (par vous et à propos de vous). Envisager la possibilité de créer une salle de presse sur son site Web à l'aide de ce matériel. Il peut être sage d'embaucher un rédacteur ou une rédactrice pigiste qui comprend les besoins et les échéances de l'industrie des médias pour réaliser un montage professionnel.
- 4 Bâtir une relation suivie. On peut entre autres communiquer avec les médias pour assurer le suivi d'un communiqué; organiser une séance d'information (une rencontre de quinze minutes sans ordre du jour pour savoir ce que les personnes-ressources des médias aiment obtenir au juste comme information); s'offrir en tant que ressource pour commenter les questions, les problèmes et les tendances de l'industrie; organiser une conférence de presse pour communiquer des nouvelles majeures.
- 5 Contrôler ses activités médiatiques. Créer un rapport qui comprend toutes les relations que l'on a établies et leurs résultats. Analyser les réponses et la couverture médiatique puis mettre à jour sa liste de médias et de matériel en conséquence. Continuer de renforcer ses relations.

Pour d'autres conseils de Susan quant à la façon de traiter directement avec les médias afin d'obtenir de bons résultats, consultez notre site Web à http://www.rbcbanqueroyle.com/pme/femmes/fr_missed_the_event.html.

valider l'existence et la valeur des biens de l'entreprise.

4. Caractère : Le prêteur détermine votre degré de compréhension de votre entreprise (tant ses forces que ses pièges), vos aptitudes, votre engagement et vos antécédents de crédit personnel.

Les banquiers attribuent une pondération dans l'évaluation du risque aux éléments suivants : votre industrie, votre entreprise et sa direction, et de façon plus importante votre portrait financier.

Obtenez gratuitement, des conseils et des ressources de manière virtuelle

Devenez membre du Réseau virtuel des femmes chefs d'entreprise à www.rbcbanqueroyle.com/pme/femmes et tirez profit d'un éventail de ressources gratuites et de l'expérience de femmes chefs d'entreprise qui poursuivent des aspirations semblables aux vôtres.

Vous obtiendrez :

- un choix de publications et d'ouvrages gratuits
- le service BusinessMatchmaker pour une période d'essai gratuite
- des préavis sur les événements qui s'adressent aux femmes chefs d'entreprise

www.rbcbanqueroyle.com/pme/femmes/

Du 23 au 25 octobre 2002

Global Trade & Compliance in a Changing World (Conformité et commerce mondiaux dans un monde en évolution), Dallas, Texas
12^e conférence annuelle de l'Organization of Women in International Trade

Renseignements : Ruth Rodriguez au (214) 720-3890 ou par courriel ruthr@exportimportlaw.com ou wittdallas@hotmail.com
www.owit.org

Information sur la mission : Anne Rose au (416) 536-1630 ou anne.rose@sympatico.ca

Devenez membre du Réseau

www.rbcbanqueroyale.com/pme/femmes

Inscrivez-vous sans tarder !



Donna Messer



Kim McArthur

Félicitations ! Le réseau Business Women's Network (BWN) à Washington, D.C., vient de rendre hommage à **Donna Messer**, présidente de ConnectUs Communications (www.connectuscanada.com - en anglais seulement), en lui décernant son prix International Leadership Award en octobre 2001 en raison de son leadership dans l'appui qu'elle fournit aux femmes au Canada et à la cause des femmes d'affaires dans le monde entier. Bien connue en tant qu'experte des réseaux de contact, Donna est également directrice-rédactrice en chef du magazine BusinessWoman Canada. « Très peu en ont fait autant pour soutenir le Canada et, au fil des ans, les jumelages de Donna à l'intention des femmes d'affaires canadiennes ont servi d'exemple partout dans le monde », a déclaré Edie Fraser, président de BWN... En 2001, **Kim McArthur**, présidente et éditrice de McArthur & Company, a été choisie lauréate du prix de la femme entrepreneure de l'année au Canada, dans la catégorie Nouvelle entreprise. L'entreprise de Kim, fondée en 1999, publie et exporte des ouvrages généraux et des romans canadiens et internationaux de qualité qui

s'adressent à un public jeune et adulte. Ses ventes dépassent les dix millions de dollars.

Appel lancé aux inventrices : Les mises en candidature sont ouvertes pour les nouveaux prix « Inventrices canadiennes de l'année », soutenus par RBC Banque Royale. Initiative du Women Inventors Project (WIP) - organisme sans but lucratif qui cherche à accroître le nombre d'inventrices et d'entrepreneures prospères au Canada (www.womenip.com - en anglais seulement) - les prix comporteront quatre catégories : inventrice indépendante; inventrice dans l'industrie ou le milieu universitaire; jeune inventrice ou inventrice adolescente et idée brillante (pour les femmes qui en sont aux premiers stades du développement de produit). Les prix inauguraux seront présentés en 2003. Pour plus de renseignements, communiquez avec **Chips Klein** au (905) 731-0328 ou par courriel à c.klein@utoronto.ca

Villes solidaires honorées : Iqualuit (capitale du Nunavut), Brampton, en Ontario, et Conception Bay South, à Terre-Neuve, ont été sélectionnées comme étant les trois collectivités les plus favorables aux entreprises à domicile dans une enquête parrainée en 2001 par RBC Groupe Financier, Postes Canada et le magazine Home Business Report. « Nous ciblons les villes axées sur l'entrepreneuriat à petite échelle, où les services intégrés créent un milieu stimulant tous azimuts », commente l'éditrice Barbara Mowat. Pour plus de renseignements sur les prix des collectivités les plus favorables aux entreprises à domicile et sur le mode de mise en candidature de votre collectivité, composez le 1 800 672-0103.

ressources



Visitez <http://royalbank.chatelaine.com/francais/home.htm> pour participer **aux forums de RBC Banque Royale / Châtelaine** avec des spécialistes des affaires qui répondront à vos questions sur des thèmes comme la planification commerciale, le commerce international et la façon d'obtenir une couverture médiatique.

Consultez www.rbcbanqueroyale.com/pme/femmes/ pour visualiser et télécharger « **La réussite sans concession, c'est mener son entreprise à sa façon** », qui met en vedette des femmes entrepreneures innovatrices. Ce supplément de RBC a été inséré dans le numéro de novembre 2001 de Châtelaine, où l'on trouve le troisième palmarès annuel des 100 femmes d'affaires les plus importantes au Canada, selon le revenu. Pour les mises en candidature en vue du prochain palmarès, communiquez avec Susan Nerberg au (416) 596-5293 ou au 1 800 268-9119, poste 5293 ou par courriel Top100@chatelaine.com

Consultez le site www.kickstartyourbiz.com (ma-PME.com), programme de formation en ligne créé spécialement par RBC Banque Royale à l'intention des jeunes entrepreneurs et hébergé en ligne par la Fondation canadienne des jeunes entrepreneurs. Du stade de l'idée aux stratégies de croissance, ce site vous guidera, étape par étape, dans les diverses décisions qu'il vous faudra prendre afin de lancer votre propre entreprise avec succès.

Le bulletin **Championnes** est publié par **RBC Banque Royale, Services aux particuliers et aux entreprises**

Rédactrice en chef : Susan Baka, Bay Communications

Conception graphique : Nora Camps, DUO Strategy and Design Inc.

Contactez-nous. Si vous avez des suggestions d'articles ou des conseils d'affaires à partager, communiquez avec Susan Baka, rédactrice en chef, au :

Tél. : (416) 410-1654

Télé : (416) 467-4630

Courriel : sbaka@baycomm.ca

Pour un complément d'information sur les projets de RBC Banque Royale pour le marché des femmes entrepreneures, communiquez avec Maryse Gosselin, directrice, Soutien aux ventes, Services aux entreprises, RBC Banque Royale, au :

Tél. : (514) 874-8411

Télé : (514) 874-5377

Courriel : maryse.gosselin@rbc.com

RBC Banque Royale, Services aux particuliers et aux entreprises,

1 Place Ville-Marie, 10^e étage, Aile Est, Montréal (Québec) H3C 3A9

www.rbcbanqueroyale.com/pme/femmes/index.html

Nous voulons connaître votre opinion

