

# Des entreprises du Québec tentent une percée internationale

Les compétences dans la formation linguistique et la traduction sont des avantages à faire valoir à l'étranger

**Marilou Pinard**

marilou.pinard@transcontinental.ca

Les entreprises de l'industrie de la langue veulent exploiter l'immense potentiel d'affaires que présentent les marchés internationaux. Trois entreprises d'ici ont établi leur présence outre-mer. Elles ont utilisé différentes approches.

**Yves Bouchereau**, président et fondateur de **Bouchereau Lingua International**, a participé à la *Rencontre d'affaires France-Mexico-Québec*, à Mexico, en novembre dernier, afin de faire la promotion de ses activités.

Son entreprise offre des cours de langue et des services de traduction aux entreprises désireuses de mener des affaires sur des marchés étrangers. Elle reçoit également des étudiants de l'étranger qui veulent suivre des cours d'anglais ou de français.

M. Bouchereau est un habitué des foires internationales. Environ 90 % de son chiffre d'affaires est lié au réseautage effectué durant ces rencontres,

la plupart du temps organisées par la délégation du Québec de l'endroit ou par les chambres de commerce canadiennes.

« Depuis mon retour, nous avons eu une vingtaine de nouveaux clients. Nos revenus augmenteront de 100 000 à 200 000 \$ cette année grâce à cet événement. Mais il faut être patient et faire beaucoup de suivi en relançant les personnes que nous avons rencontrées là-bas », explique l'homme d'affaires.

Organisée conjointement par les gouvernements québécois, français et mexicain, cette rencontre avait pour but de rassembler les représentants de différentes industries intéressés par ces marchés.

L'événement a attiré environ 200 entreprises des 3 pays participants, dont une centaine de PME québécoises.

« Sur la liste des entreprises participantes, il suffisait d'indiquer celles que nous désirions rencontrer. Si l'autre entreprise avait aussi de l'intérêt, on nous fixait un rendez-vous. Avec les 40 rendez-vous et les discussions que j'ai eues



**Chia-Yi Tung a fondé Orchimédia, spécialisée dans la traduction du chinois au français.**

durant mon séjour, je suis revenu avec une centaine de cartes d'affaires intéressantes », dit-il.

## Un pied au Chili

**Étienne Bouchard**, président de **Robotel**, a entrepris l'été dernier des démarches en vue d'exporter au Chili. Cette entreprise, qui œuvre dans le secteur de l'apprentissage assisté par ordinateur depuis

25 ans, se spécialise depuis 2001 dans le matériel utilisé dans les laboratoires de langue numériques. C'est ce qu'elle voulait exporter au Chili.

« Nous avons procédé en deux étapes. D'abord par un voyage exploratoire au mois d'août dernier. Puis, je suis retourné rencontrer des clients potentiels et donner des conférences en avril. Tout s'est bien passé.

« Nous rentabiliserons notre investissement sans problème. Nous avons déjà quelques contrats, et d'ici un an nous devrions réaliser des revenus d'environ 200 000 \$ US au Chili. Ce volume grandira au cours des années. J'estime que nous aurons des revenus de 400 000 \$ US dans cinq ans », explique M. Bouchard.

Depuis 25 ans, l'entreprise a établi des réseaux de distribution dans 42 pays. Un système de vente parallèle doit parfois être mis en place pour promouvoir leur nouvelle expertise en logiciels d'apprentissage de langue.

« Dans ces cas, il faut trouver le bon canal de distribution et

le distributeur qui est prêt à mettre du temps et de l'énergie dans la vente des produits. Nous tentons d'avoir des recommandations du milieu, de faire connaître notre besoin de trouver un distributeur lorsque nous participons aux foires commerciales.

## Le Mexique, le Chili et la Chine dans la mire de trois PME québécoises.

« Nous passons également par les services consulaires. Lorsque l'un d'eux se montre intéressé, nous l'invitons à venir suivre une formation à Montréal afin d'évaluer le sérieux de son engagement. »

## Une aide à l'exportation en Chine

**Chia-Yi Tung**, quant à elle, a fondé **Orchimédia** l'an dernier, une entreprise montréalaise spécialisée dans la traduction et l'adaptation culturelle des

outils de communication, qu'ils soient sous format Web, cédérom, imprimé ou multimédia.

Ses clients sont des organismes et des entreprises du Québec qui importent ou exportent en Chine, ou qui ont une succursale là-bas. « Nous traduisons souvent leur site Web, leurs brochures, leurs catalogues... en chinois traditionnel ou simplifié, selon la région dans laquelle est leur partenaire d'affaires », explique M<sup>me</sup> Tung, qui a tout de suite vu dans ce domaine une occasion d'affaires compte tenu de ses origines taiwanaises et de sa formation en communication obtenue au Québec.

La traduction du chinois au français, sans passer par l'anglais, est une expertise plus rare, dit-elle. Il faut comprendre les valeurs québécoises, les besoins à communiquer et le message que les Québécois veulent transmettre. L'adaptation culturelle est tout aussi importante, puisque les Chinois n'utiliseront pas les mêmes slogans ou les mêmes couleurs pour passer le même message. ■