

EN AFFAIRES

démarrage

financement

mise en marché

expansion

S'impliquer à fond

En rêver jour et nuit, en faire une obsession qui mène sa vie ! Selon Lynda Coache, les passionnés ont bien des chances de réussir le démarrage de leur entreprise.

DENISE PROULX

Agence QMI

« Ils s'impliquent à fond », et c'est cet engagement personnel qui fait toute la différence, croit cette comptable agréée, qui a mené sa propre entreprise avant de devenir associée en certification chez Raymond Chabot, Grant, Thornton, au bureau de Saint-Jean-sur-Richelieu.

La passion amène l'entrepreneur en herbe à songer longuement à son projet. C'est en développant une vision, en se projetant dans l'avenir, en fouillant dans les organisations de soutien aux entreprises pour trouver des ressources que la personne peaufine sa démarche.

« L'entrepreneur doit accorder une grande considération au côté financier de son projet. C'est ce que regardent les investisseurs et c'est souvent son point faible. Pour y arriver, c'est toujours mieux de se faire aider par des professionnels et de magasiner ses ressources », suggère M^{me} Coache.

Trouver des ressources

Un comptable et un avocat posent un regard extérieur, des questions qui aident à valider les étapes financières et à ajuster la présentation du projet en démarrage. Sans argent pour s'offrir ce type de service, l'entrepreneur en devenir doit alors se tourner vers l'Internet.

« Tapez des mots magiques, en lien avec votre idée. Il y a tellement d'informations méconnues en matière de nouveaux programmes. Fouillez les programmes et crédits d'impôt », complète la comptable agréée.

Investir de ses avoirs

Enfin, M^{me} Coache rappelle que les institutions financières aiment



PHOTO COURTOISIE

Lynda Coache estime que les passionnés ont de grandes chances de réussir ce qu'ils entreprennent.

que l'entrepreneur investisse ses avoirs en plus de son temps. « Beaucoup de programmes requièrent une mise de fonds personnelle de 20 % à 25 % dans le projet. Faut donc y placer de son propre argent », dit Lynda Coache.

Une fois toutes ces conditions en main, il n'y a pas raison que l'institution financière ne soit pas attentive. « Alors, lorsque vous demandez de l'argent, vous avez la crédibilité d'avoir travaillé pour y arriver », conclut-elle.

CARNET DE L'ENTREPRENEUR

Persévérance et réseau de contacts

Nom : Andréa C. Martin

Entreprise : Biocéan Canada

DENISE PROULX

Agence QMI

Biocéan Canada est détentrice d'une gamme de produits anti-âge et de soins dermatologiques conçus à base de produits de la mer. Une innovation fort prometteuse qui attire les investisseurs.

L'entreprise, fondée en 1999 par Andréa C. Martin, vient de compléter un montage financier qui soutiendra son expansion dans le nord-est des États-Unis et la Floride durant l'année, puis en Californie et au Texas en 2013.

Certaines crèmes nutraceutiques sont offertes dans des salons de spa depuis 2007. Des médecins dermatologues des États-Unis ont aussi acheté les produits en 2011 pour les revendre dans leurs cliniques.

« Pour étendre la commercialisation, ça nous prenait plus de financement », raconte M^{me} Martin. Notre gamme de produits est unique, il fallait la présenter »

Elle a peaufiné deux outils de présentation, l'un de 10 minutes, l'autre d'une durée d'une heure, qu'elle sortirait selon le type d'investisseur à convaincre.

Sur la route

Étape essentielle : elle s'est mise sur la route. Elle reconnaît que les contacts de Pierre Lortie, le président du conseil d'administration de Biocéan Canada, ont été très utiles. Cela l'a menée partout au Québec et aussi à New York.

Andréa C. Martin a ainsi fait des rencontres avec des Anges québécois à Québec, Montréal et Sherbrooke. Et des présentations à Desjardins Capital de risques. Avant Noël, elle a rencontré des professionnels de Sherbrooke Innopole.

« Ça en a pris beaucoup de persévérance et beaucoup du réseautage pour répondre aux défis lancés par les banquiers ! dit la présidente de l'entreprise.

Mais les démarches ont porté leurs fruits. Biocéan Canada a récolté 1,5 M\$ en financement privé, alors que l'objectif était de 1 M\$. Des Anges du Québec, Desjardins Capital de risques et Sherbrooke Innopole sont dorénavant des partenaires.



LE MOT DU MENTOR

Nom : Jean-Claude Marchand

Fonction : retraité des affaires

Vous êtes quel type d'entrepreneur ?

Trois types de personnalités aspirent à lancer une entreprise : le technicien, le gestionnaire et l'entrepreneur. « Il est rare qu'une personne détienne toutes ces qualités », dit Jean-Claude Marchand, mentor, membre du réseau M de la Fondation de l'entrepreneurship. Le technicien est un créateur, habile en technologie, mais peu doué pour la commercialisation. Le gestionnaire possède l'aptitude et l'information pour diriger la compagnie. L'entrepreneur a le flair pour saisir les occasions d'affaires. « Pour réussir, il faut une équipe qui réunisse ces trois types de talent », rappelle le mentor.



LE MOT DU COACH

Nom : Alain Vézina

Fonction : consultant

Mille questions préalables pour financer son projet

Le coach est un poseur de questions. Il aide à préciser clairement le besoin d'argent. Il prépare aussi les négociations avec les investisseurs. Que veut financer l'entrepreneur : un démarrage, un fonds de roulement, une gamme de produits ? « Je challenge mon client. Je le fais réfléchir à une multitude de facettes. Je l'amène à se mettre à la place du financier », explique Alain Vézina, de Nessa Capital.

ARGENT



Ne manquez pas la diffusion de l'émission *Le Nouveau Québec Inc.*, chaque lundi, au Canal Argent, à 16 h sur Videotron (92), Bell Télé (128), Cogeco (92) et Star Choice (759). En rediffusion à 18 h 30 et 21 h 30 ainsi que le mardi à 9 h.