

# De Lévis vers 50 pays, Creaform séduit avec ses scanners 3D

Aude Marie Marcoux . Les Affaires . 30-04-2011

L'année 2011 s'annonce faste pour Creaform. Son chef de la direction, Martin Lamontagne, nous révèle en primeur que le chiffre d'affaires de son entreprise a connu une croissance 56 % pour le premier trimestre de 2011, par rapport à la même période en 2010.

" On amorce l'année en coup de canon ! ", lance le patron de l'entreprise spécialisée en technologies et en services d'ingénierie 3D.

Creaform a notamment conçu la gamme de scanners laser Handyscan 3D, dont la précision permet de capter en détail et en un temps record la forme de tout objet, même en mouvement.

La croissance soutenue de la PME de Lévis repose en grande partie sur son internationalisation. Creaform a réalisé 75 % de ses ventes à l'extérieur du Canada en 2010.

L'an dernier, Creaform a ouvert des bureaux en Inde et en Allemagne, et a considérablement étoffé ses équipes de ventes.

" Nous avons beaucoup investi pour ouvrir de nombreuses filiales dans les dernières années. Notre stratégie pour 2011 est de maximiser l'efficacité et la productivité de chacune de nos filiales afin que chacune génère des ventes de 5 millions de dollars (M \$) ", affirme Martin Lamontagne.

" Dans un deuxième temps, nous allons continuer l'implantation de ressources locales dans nos marchés porteurs, en Angleterre, en Italie ou en Amérique latine, par exemple ", ajoute celui qui a cofondé l'entreprise en 2002 avec l'actuel président, Charles Mony.

Faisant affaire dans pas moins de 50 pays, Creaform mise sur une approche directe pour investir ses marchés porteurs. Ainsi, un peu moins de la moitié de ses 265 employés travaillent à l'étranger, que ce soit à l'un de ses deux nouveaux pied-à-terre ou dans ses bureaux aux États-Unis, en France, en Chine et au Japon.

## Des clients de poids

Bombardier Produits Récréatifs a été le premier gros acteur à exploiter le potentiel des scanners lévisiens. L'entreprise de Valcourt le fait notamment pour numériser ses pièces et ses prototypes.

C'est cette technologie qui a donné à Creaform son véritable élan à l'international.

Le secteur manufacturier (automobile, aéronautique, etc.) constitue près de 67 % de la clientèle de Creaform. Le Handyscan fait partie de la boîte à outils des grands tels que GE, Rolls-Royce, Renault, CAE, Toyota et la NASA.

En plus de vendre ses appareils, dont le prix varie entre 30 000 \$ et 125 000 \$, Creaform offre des services d'ingénierie au Canada, dans le nord-est des États-Unis, en France et, depuis peu, en Allemagne.

" Notre offre technologique est unique et particulière, donc plus facile à exporter. Dans un premier temps, les places d'affaires que nous avons ouvertes dans le monde sont destinées à la revente de nos technologies, dit M. Lamontagne. Dans un deuxième temps, si les services d'ingénierie que nous déployons en Europe fonctionnent bien, nous pourrons bâtir sur ce succès pour continuer en Asie. "

### **Dans sa mire**

L'objectif de Creaform : atteindre un chiffre d'affaires de 120 M \$ en 2015.

Pour y arriver, Creaform entend poursuivre sa stratégie d'acquisitions. Les sociétés d'investissement Novacap et Capital régional et coopératif Desjardins se sont jointes à Creaform à la mi-2009 et y ont investi 30 M \$ pour renforcer la structure d'acquisitions de l'entreprise en forte croissance. Suivront les rachats de deux québécoises en 2010 : Inkspec et Genicad.

Martin Lamontagne prévoit que sur les 120 M \$ de chiffre d'affaires que son entreprise réalisera en 2015, 35 millions proviendront de ventes réalisées grâce à de nouvelles acquisitions.

Deux types de sociétés sont dans le collimateur de l'entreprise : celles qui lui permettront de renforcer son positionnement géographique, probablement aux États-Unis, et celles qui lui donneront la possibilité d'élargir son portefeuille technologique.

D'autre part, Creaform investira 3 M \$ en R-D. " Cette année encore, nous mettrons sur le marché de trois à quatre nouveaux produits ", affirme l'homme d'affaires de 38 ans.

Fin 2010, Creaform a vendu son 1 500e appareil Handyscan 3D au constructeur Daimler Automotive, en Chine. " Nous sommes en Chine depuis 2006, précise le patron de Creaform. Il s'agit de l'un des pays où nous connaissons la meilleure réussite sur le plan des ventes. "

### **SON DÉFI : LA MAIN-D'OEUVRE**

## **Défi de recrutement**

Seuls deux employés de Creaform ont emporté leurs pénates à Grenoble, en France. À l'international, Creaform mise plutôt sur une stratégie d'embauche de ressources locales.

" C'est très intelligent ! ", s'exclame Zhan Su, titulaire de la Chaire Stephen A. Jarislowsky en gestion des affaires internationales.

Creaform compte sur les réseaux de son personnel pour gonfler ses rangs. Le réseau d'Oscar Meza, vice-président aux ventes de la région de l'Asie-Pacifique, a permis de dénicher des directeurs en Chine, au Japon et en Inde. " Intéressant, mais je doute que ce soit suffisant, juge le professeur de stratégie et de management international de l'Université Laval. Si Creaform souhaite maintenir cette croissance rapide, il lui sera difficile d'avoir ce genre de réseau partout. "

## **Défi de rétention**

L'embauche d'un directeur en Inde a pris près de deux ans. " Il y a du roulement dans l'emploi en Inde ", dit Martin Lamontagne. En ce sens, Zhan Su soutient que le facteur rétention est souvent négligé par les entreprises actives à l'étranger, surtout dans les pays émergents. Il recommande de ne pas lésiner sur les conditions de travail.

## **Défi d'intégration**

" La barrière principale à l'international est vraiment la distance, l'impossibilité de se réunir régulièrement ", déplore Martin Lamontagne, qui insiste sur le fait que les technologies ne remplacent pas le contact humain.

Constatant la forte croissance de Creaform, présente dans quelque 50 pays, Zhan Su estime qu'une harmonisation des pratiques en ressources humaines devra être faite. Si par exemple l'entreprise stipule que le client est roi, cela devra être accepté par tous, partout.

"En ce moment, nous avons des postes ouverts dans toutes nos filiales. Nous sommes à la recherche active de ressources au Canada, mais aussi aux États-Unis, en France, en Allemagne, en Chine, au Japon et en Inde. "

- **Martin Lamontagne**, chef de la direction de Creaform

**Dans cette série, nous décodons la stratégie internationale d'une entreprise québécoise et analyse ses défis.**

*Dans cette série, nous décodons la stratégie internationale d'une entreprise québécoise et analysons ses risques.*

*Sur le Web, Les Affaires s'associe à L'actualité, Canadian Business, The Report on Business, The Economist Intelligence Unit et la banque HSBC pour offrir un site axé sur les exportations. À lire sur [affairesansfrontieres.ca](http://affairesansfrontieres.ca)*