



Tendances affaires

Renseignements et analyses des Services bancaires commerciaux TD

Été 2008

Pensez à inclure les acquisitions dans vos plans de croissance

Toutes les entreprises veulent augmenter leurs ventes et leurs profits, mais toutes ne s'y prennent pas de la même façon. Après s'être heurtées aux limites de la croissance interne, certaines ont recours à l'acquisition d'une autre entreprise pour prendre de l'expansion.

L'achat d'une autre entreprise peut être un moyen rapide et efficace d'accaparer une nouvelle part de marché ou d'augmenter ses revenus. Or, le contexte actuel pourrait être favorable à ce genre d'activité. Le ralentissement économique pourrait en effet offrir des occasions de rachat attrayantes, alors que le nombre de fusions-acquisitions diminue.

La croissance par acquisition est-elle pour vous? Voici quelques-uns des avantages possibles de l'acquisition :

- ▶ Hausse des revenus et des profits
- ▶ Croissance instantanée du personnel, de la capacité et de la base de clients
- ▶ Économies de coûts grâce aux gains d'efficacité
- ▶ Augmentation de la valeur pour les actionnaires

Améliorez vos chances de succès

Même si l'idée est alléchante, l'acquisition d'une entreprise peut être un chemin semé d'embûches. Voici quelques-unes des grandes questions que vous devriez vous poser pour accroître vos chances de succès.

LA CROISSANCE PAR ACQUISITION : EST-CE POUR MOI? Beaucoup de facteurs peuvent inciter une entreprise à prendre de l'expansion. Le marché peut évoluer. Le temps peut être venu d'élargir votre base de clients, d'augmenter votre gamme de produits ou de diminuer vos coûts. Peut-être souhaitez-vous vous établir dans de nouvelles régions. La définition de vos objectifs vous aidera à mettre au point une stratégie d'acquisition efficace.



Améliorez l'efficacité de votre stratégie d'acquisition en formant une équipe d'experts et de conseillers externes, selon vos besoins.

DEVRIEZ-VOUS OPTER POUR L'ACQUISITION OU LA CROISSANCE INTERNE? Si vous devez prendre rapidement de l'expansion, l'acquisition peut être un moyen d'y arriver. L'apparition soudaine d'une cible intéressante qui cadre avec votre stratégie d'affaires peut aussi être un catalyseur.

VOULEZ-VOUS VOUS CONCENTRER SUR VOS ACTIVITÉS DE BASE OU VOUS DIVERSIFIER? Il est parfois justifié d'acquérir une entreprise en dehors de ses principaux champs de compétence, que ce soit pour élargir une gamme de produits ou profiter des circuits de distribution établis par une entreprise exerçant ses activités dans un autre secteur. La vente croisée peut aussi être une possibilité. Mais attention : les fusions-acquisitions peuvent ne pas donner les résultats escomptés lorsque l'entreprise délaisse les produits, les marchés ou les technologies qu'elle connaît bien.

Suite à la page 2

Au sommaire

2 Assurez-vous d'être prêt pour les nouvelles normes relatives aux chèques

Rappel de la date limite du 2 septembre 2008

3 Votre entreprise peut jouer un rôle dans la collectivité

Votre engagement peut profiter à la fois à votre entreprise et à la collectivité

4 L'économie canadienne doit accroître sa productivité

Ce que le gouvernement et les entreprises peuvent faire

Notre objectif est de vous aider à atteindre le vôtre.

Pensez à inclure les acquisitions dans vos plans de croissance

Suite de la page 1

Pour repérer les bonnes occasions de fusion, une diligence raisonnable et des connaissances spécialisées sont primordiales.

COMMENT TROUVER UNE CIBLE D'ACQUISITION? Une bonne stratégie d'acquisition requiert l'attention de personnes de talent et un budget adéquat. La diligence raisonnable est primordiale pour repérer les bonnes occasions. Votre entreprise souhaitera peut-être demander conseil à des consultants en gestion et/ou à des conseillers juridiques et fiscaux.

QUEL TYPE DE FINANCEMENT AVEZ-VOUS? Votre entreprise a-t-elle des liquidités? Devrez-vous vous tourner vers les marchés des capitaux pour financer l'acquisition? Pouvez-vous financer l'acquisition avec un prêt? Si votre entreprise est ouverte, pouvez-vous émettre des actions?

ÊTES-VOUS PRÊT À RELEVER LES DÉFIS DE L'APRÈS-ACQUISITION? Regrouper des entreprises n'est pas toujours chose facile. Les deux entreprises

devront composer avec de nouvelles forces et faiblesses dans la répartition des postes de direction, la combinaison des systèmes, l'optimisation de l'efficacité, la gestion des clients et des fournisseurs, et plusieurs autres aspects. Et tout doit se faire rapidement.

Évitez le choc des cultures d'entreprise

Beaucoup de fusions échouent parce qu'on a mal évalué les difficultés liées à l'intégration de deux cultures d'entreprise. Ce manque de préparation peut faire perdre à l'entreprise des employés et des clients importants et, éventuellement, des profits.

Vous augmenterez toutefois vos chances de succès en veillant à ce que vos plans d'acquisition cadrent avec votre stratégie générale et en formant une équipe compétente pour encadrer et gérer le processus. ●

NOUVELLES INTERNES DU SECTEUR

Assurez-vous que vos chèques respectent les nouvelles normes d'ici le 2 septembre

La date limite pour modifier les chèques d'entreprise afin qu'ils soient conformes aux spécifications d'imagerie au Canada approche rapidement. Les entreprises devront avoir des chèques respectant les nouvelles normes d'ici le 2 septembre 2008. Après cette date, les anciens modèles de chèques ne seront plus acceptés par le système de compensation.

Les nouvelles normes visent à permettre la compensation des chèques par imagerie électronique, qui est la nouvelle méthode mise en œuvre à l'échelle du pays. À l'avenir, les chèques papier ne seront plus utilisés aux fins de compensation par le système bancaire canadien. Dès que le chèque sera tiré, il sera remplacé par une image électronique.

La « norme 006 »

Toutes les entreprises doivent s'assurer que leurs chèques respectent les nouvelles exigences connues sous le nom de « norme 006 ». Celles qui n'utilisent pas encore le nouveau format devraient commander des chèques qui respectent les exigences ou mettre à jour leur logiciel d'impression de chèques. Voici les principales caractéristiques des nouveaux chèques :

- ▶ Zone de date uniquement numérique
- ▶ Positions normalisées pour les zones clés
- ▶ Numéros de série obligatoires dans la ligne de reconnaissance de caractères magnétiques (MICR).



Le nouveau format de chèque qui est conforme aux spécifications d'imagerie comprend des caractéristiques comme une zone de date numérique, des positions normalisées pour les zones clés (comme la zone du montant) et des numéros de série obligatoires.

Certains chèques-cadeaux sont également soumis à la norme

Si votre entreprise utilise des chèques-cadeaux ou des coupons qui sont traités par le système de compensation, ces derniers devront être conformes aux spécifications d'imagerie. La norme 006 s'applique aux coupons et aux chèques-cadeaux déposés dans les institutions financières par les entreprises qui les acceptent et sont ensuite traités par l'intermédiaire du système de compensation. Ces effets doivent aussi se conformer à cette norme d'ici le 2 septembre 2008. Les coupons et les chèques-cadeaux que votre entreprise accepte et traite à l'interne ne sont pas touchés.

Pour obtenir plus de renseignements et vous assurer que vos chèques, vos chèques-cadeaux et vos coupons sont conformes aux nouvelles normes, visitez le site Web de l'Association canadienne des paiements, à l'adresse www.cdnpay.ca.

Votre entreprise peut jouer un rôle dans la collectivité

Leadership en affaires et leadership communautaire vont de pair. En faisant profiter les groupes de votre collectivité de votre savoir-faire et de vos ressources, vous bâtissez des relations durables et mutuellement avantageuses, tout en vous rendant utile.

De plus en plus d'entreprises prennent conscience de l'influence considérable qu'elles peuvent avoir en participant à la création et au maintien de collectivités dynamiques.

Une tendance croissante

L'engagement communautaire d'une entreprise peut prendre différentes formes : dons en argent, commandes, dons de ressources ou de temps par les employés pour la réalisation de projets et leadership actif dans des programmes ou des associations communautaires.

Depuis quelques années, les entreprises ne se contentent plus de donner de l'argent : beaucoup souhaitent maintenant améliorer leur image en contribuant à la collectivité grâce à leur leadership et à leur savoir-faire.

La valeur de la contribution des entreprises

Du point de vue commercial, l'engagement communautaire peut :

- ▶ améliorer l'image de l'entreprise et la fidélité à la marque, au sein de la collectivité et de la base de clients élargie;
- ▶ bâtir la réputation de l'entreprise en tant qu'entreprise citoyenne;
- ▶ établir des partenariats qui sont avantageux pour l'entreprise;
- ▶ améliorer les compétences des employés et de la direction;
- ▶ favoriser le travail d'équipe lorsque des employés de différents secteurs de l'entreprise travaillent ensemble à des projets extérieurs;
- ▶ stimuler le moral, la fidélité et la satisfaction personnelle des employés.

Faites-vous connaître

Si le temps est venu pour votre entreprise de sortir de l'ombre et d'affirmer sa présence dans la collectivité, pensez aux possibilités suivantes :

PARTICIPEZ AUX ASSOCIATIONS LOCALES.

Joignez-vous à la chambre de commerce de votre localité, à une association de développement des affaires ou à une organisation semblable. Ce sont d'excellents

tremplins vers un engagement communautaire plus important.

APPUYEZ LA FORMATION.

Offrez des occasions de mentorat à des membres de la collectivité, que ce soit par des stages ou d'autres programmes d'entreprise.

PARTICIPEZ À DES PROJETS DE QUARTIER.

Offrez votre leadership, de l'aide financière ou accordez du temps à vos employés pour des projets comme les opérations de nettoyage ou de revitalisation du quartier, la prévention des crimes et des programmes de santé ou des programmes sociaux.

OFFREZ DE L'AIDE SPÉCIALISÉE.

Votre entreprise est riche en savoir-faire. Proposez l'aide de vos conseillers en droit, en finances et en technologie ou d'autres experts disponibles lorsque cela est utile.

PARTAGEZ VOS LOCAUX. Offrez de l'espace de bureau pour des rencontres communautaires et d'autres événements.

FAITES DES DONNS « EN NATURE ». Le matériel, les meubles ou les autres articles que vous vouliez jeter peuvent être très utiles à des organismes ou à des projets communautaires à court d'argent.

SOYEZ PRÉSENT EN CAS DE CRISE. Fournissez de l'expertise et de la main-d'œuvre en cas de catastrophe naturelle, comme un feu, une inondation ou des dégâts causés par une tempête.

Votre mission d'entreprise

Formalisez vos liens avec la collectivité en intégrant l'engagement communautaire à votre mission d'entreprise. Formez un comité ou un groupe de travail qui examinera de quelle façon votre entreprise peut devenir un chef de file de la collectivité. Encouragez vos employés à s'engager activement dans la collectivité et appuyez leur travail de bénévole en soulignant leur contribution à son essor.

Lorsque votre entreprise aura créé des liens avec la collectivité, vous découvrirez une variété d'occasions de forger de nouveaux liens et de devenir une entreprise citoyenne responsable. ●



Aujourd'hui, soutenir des causes locales peut signifier beaucoup plus qu'un simple don d'entreprise; c'est un engagement significatif envers la collectivité.

Pensez à ce que votre entreprise pourrait faire pour devenir un chef de file de la collectivité.

L'économie canadienne doit accroître sa productivité

PAR DON DRUMMOND, PREMIER VICE-PRÉSIDENT ET ÉCONOMISTE EN CHEF, GROUPE FINANCIER BANQUE TD¹

En fait, la productivité du Canada n'a cessé de baisser au cours de la dernière décennie par rapport à celle des États-Unis.

Depuis quelque temps, dans les nouvelles économiques, on s'intéresse principalement à la question de savoir si l'économie américaine chancelante entraînera l'économie canadienne dans son sillage. Pourtant, l'économie canadienne fait face à un problème beaucoup plus important et persistant. Au cours des dernières années, le taux de croissance de la productivité au Canada a été inférieur à son record historique et à celui de la plupart des économies concurrentes.

Dans les années 1950 et 1960, le Canada arrivait troisième parmi les 24 membres originaux de l'Organisation de coopération et de développement économique (OCDE) au chapitre de la productivité. Aujourd'hui, le Canada occupe le 17^e rang. La productivité au Canada n'a pas cessé de baisser au cours de la dernière décennie par rapport à celle des États-Unis. Cet écart de la productivité signifie que la plupart des entreprises canadiennes ne sont pas concurrentielles par rapport à leurs rivales américaines dans un contexte de quasi-parité du dollar canadien avec le dollar américain.

UNE DÉCENNIE DE CROISSANCE ANÉMIQUE.

Depuis le début de la décennie, la croissance de la productivité canadienne, définie comme le taux d'augmentation de la production par heure travaillée, a à peine dépassé 1 % par année. Étant donné le ralentissement de la croissance de la population active canadienne en raison du vieillissement de la population, notre taux de croissance et notre niveau de vie général stagneront si la productivité n'augmente pas.

Les gouvernements ont un rôle à jouer. Le Canada a l'un des plus hauts taux d'impôt sur le capital du monde. Le gouvernement fédéral a adopté un certain nombre de mesures positives, mais certaines provinces

doivent réduire leur taux élevé d'impôt sur les bénéficiaires, réformer leurs taxes sur les ventes au détail pour qu'elles ne s'appliquent pas au capital et éliminer les impôts sur le capital.

LES IMPÔTS ÉLEVÉS NUISENT À L'ACTION DES INCITATIFS. Les gouvernements fédéral et provinciaux doivent réduire les taux très élevés d'imposition effectif et marginal sur le revenu des particuliers canadiens, car ces taux nuisent à l'action des incitatifs au travail, à l'épargne et à l'investissement. Des barrières internes au commerce n'ont pas leur raison d'être dans une économie moderne qui doit faire concurrence au reste du monde.

Les entreprises canadiennes doivent également changer leur comportement. Le Canada fait piètre figure par rapport aux autres pays développés en matière de recherche et développement. Bien que le Canada soit considéré comme une nation commerçante, près de la moitié de nos exportations ne proviennent que de 50 entreprises, alors que les quatre cinquièmes des petites et moyennes entreprises du pays n'exportent pas du tout.

DES DÉPENSES EN IMMOBILISATIONS AIDERAIENT. L'une des principales raisons pour lesquelles la productivité canadienne est inférieure à celle des États-Unis est que les entreprises canadiennes ont des niveaux de capital beaucoup plus faibles, en particulier dans la machinerie et l'équipement. L'appréciation récente du dollar canadien a représenté une belle occasion de corriger cet écart, étant donné que la plupart des pièces de machinerie et d'équipement utilisées par les entreprises canadiennes sont importées et que la vigueur du dollar canadien a fait baisser les prix. Les entreprises canadiennes ont très récemment augmenté leurs dépenses en immobilisations, mais il faudra faire beaucoup plus. ●

COMPRÉHENSION – EXPERTISE – SOLUTIONS – DÉVOUEMENT

Le présent bulletin est publié par La Banque Toronto-Dominion à titre d'information seulement. La Banque Toronto-Dominion ne peut être tenue responsable des dommages ou des pertes qui seraient liés de quelque manière que ce soit au présent bulletin ou aux renseignements qu'il contient.

L'information contenue dans le présent bulletin était à jour le 31 mai 2008.

¹ Le Groupe Financier Banque TD désigne La Banque Toronto-Dominion et ses sociétés affiliées qui offrent des produits et des services relatifs aux dépôts, aux placements, aux prêts, aux valeurs mobilières, aux fiducies et autres.

© 2008, La Banque Toronto-Dominion.
Tous droits réservés.



Sources Mixtes
Cert no. SW-COC-1700
© 1996 FSC



Services Bancaires Commerciaux