

**DONNEZ-MOI UN POINT
D'APPUI ET UN LEVIER,
JE SOULEVERAI LE MONDE.**

MERCADEX
international

5115, avenue Trans Island

Montréal H3W 2Z9, CANADA

Tél. : + (1) 514 489-9068

MERCADEX
Europe

150, rue de Rennes

75006 Paris, FRANCE

Tél. : +33 (0)6 40 59 70 06

L'internationalisation représente un puissant vecteur de **création de valeur** pour une entreprise... pour peu qu'elle sache faire valoir les effets qu'elle produit :

effets de **levier**, de **synergie** et de **diversification**.

Mise au point par Mercadex à la faveur de projets de R&D, de l'accompagnement d'ETI / PME à l'étranger et de sa communauté d'experts, la **Démarche MX™** se concentre sur les facteurs qui déterminent l'internationalisation réussie d'une entreprise. Les facteurs sont pléthore mais certains méritent plus d'attention que d'autres car ils ont pour effet d'accroître substantiellement la valeur d'une entreprise qui s'internationalise.

La loi de Pareto s'applique: **20% des facteurs sont responsables de 80% du succès des entreprises à l'international**. Au cours des deux dernières décennies, Mercadex a décodé ce 20% en mettant au point la Démarche MX™.

Les principes, règles, pratiques et outils qui constituent la Démarche MX™ permettent aux dirigeants de (re)prendre le virage international de leur entreprise, en faisant **converger leurs décisions, actions et efforts vers la monétisation, l'augmentation et la pérennisation diligente de leurs activités**.

Mercadex – Rayonnement mondial

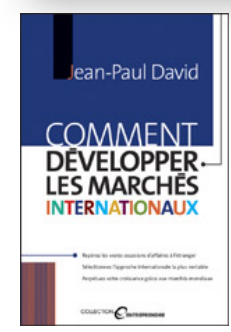
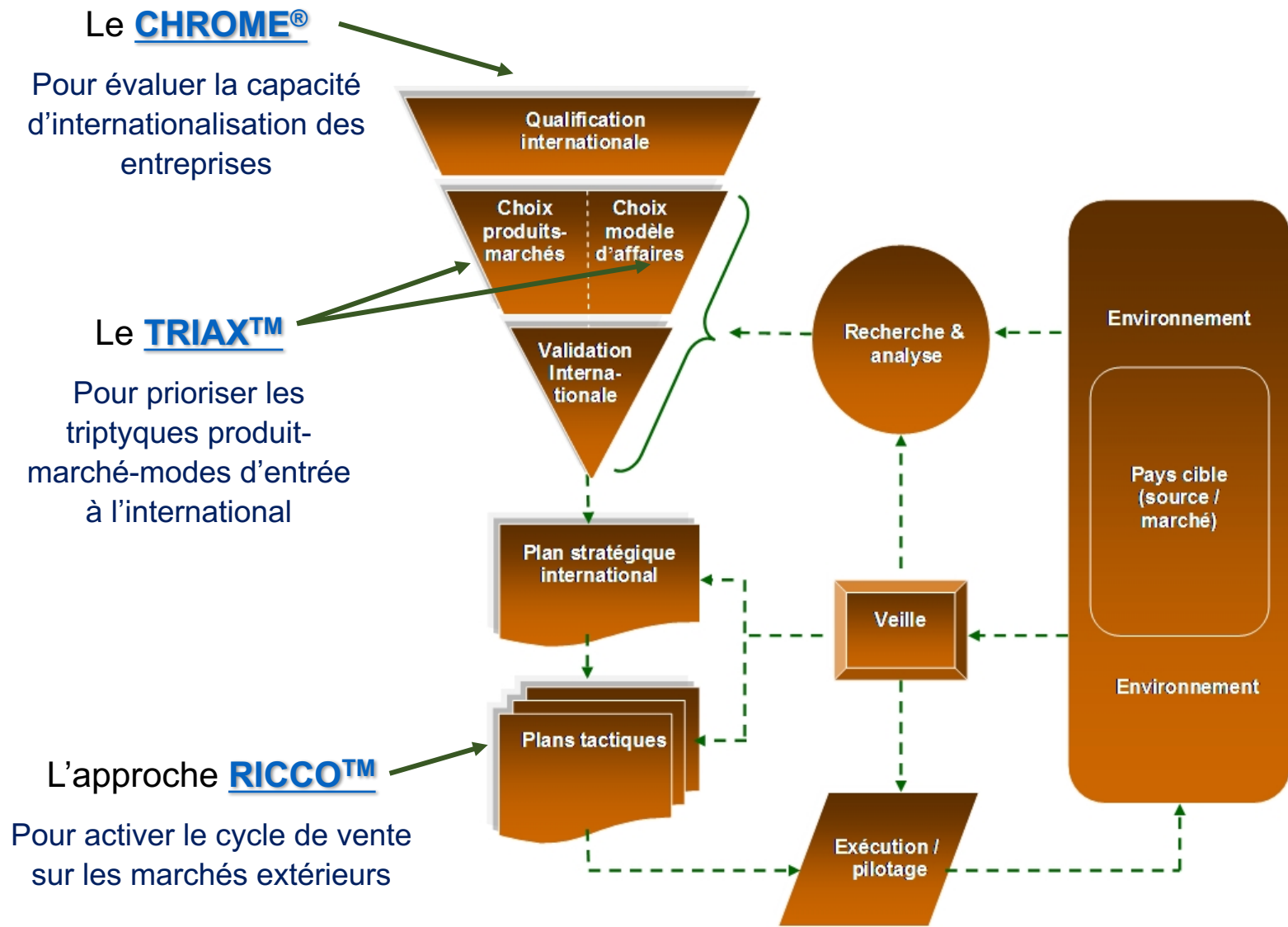
- Présence en Europe et en Amérique:
 - 14 experts certifiés MX™
- 27 experts correspondants sur 60 pays / 4 continents



Fondée sur la démarche MX™, une communauté d'experts certifiés MX™ a été créée pour permettre au plus grand nombre d'ETI / PME de bénéficier d'un accompagnement structuré, ciblé et pragmatique. Pour devenir membre de cette communauté, les experts doivent déjà posséder une riche expérience internationale. Le futur certifié MX™ suit la formation sur la démarche MX™ pour satisfaire aux exigences du programme. Seuls les experts MX™ délivrent un rapport CHROME® qui établit la qualification internationale d'une entreprise.



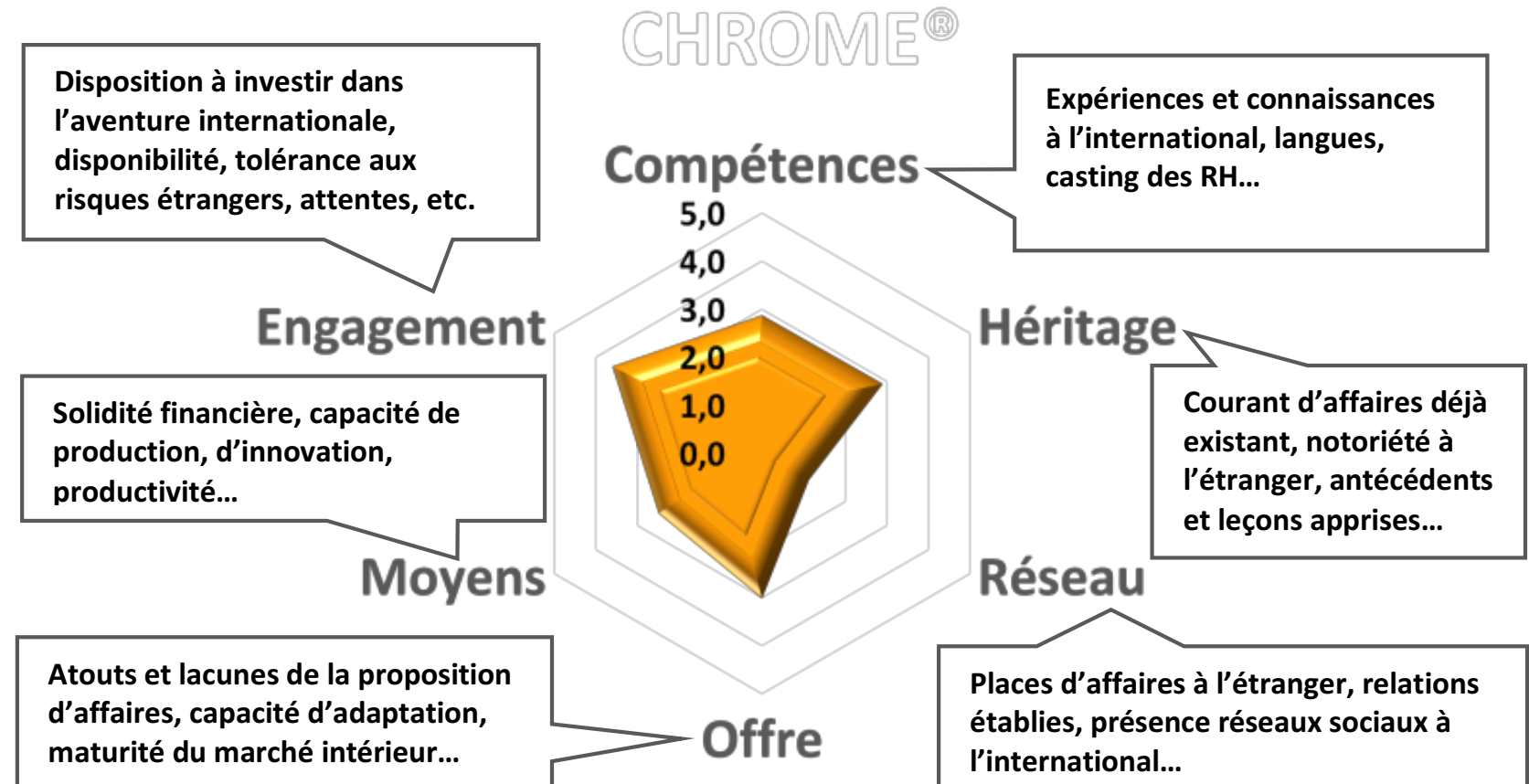
La Démarche MX™



Le CHROME®

Pour établir la qualification internationale de l'entreprise

Réalisée à l'aide de l'outil CHROME®, la qualification internationale est le passage obligé de l'entreprise vers la maximisation de son ROI international.



David, J.P. & Cariou, Guillaume « Evaluating the Firm's Readiness for Internationalization: From the Design to the Application of an International Qualification Framework », in International Journal of Business and Management, Vol. 9, no 7, 2014.

Le CHROME®

Pour établir la qualification internationale de l'entreprise

Le CHROME® ...

- ... s'inscrit en amont du processus d'internationalisation de l'ETI / PME
- ... vient objectiver le bilan international de l'entreprise en obtenant un *rating* international, témoignant de son sérieux quant à ses intentions à l'étranger
- ... établit les prédispositions et limites de l'entreprise à franchir les frontières et lui permet de générer des pistes utiles en termes de marchés et de stratégies d'entrée
- ... s'effectue en deux temps: 1-autodiagnostic de l'entreprise et 2- intervention d'un expert certifié MX™ qui produit un rapport de constats, d'opinions et de préconisations
- ... est le passage obligé vers la maximisation du ROI international de l'ETI / PME.
- 4 000 € (hors taxes hors frais)

Le TRIAX™

Pour prioriser les « produits-marchés-modes d'entrée » à l'international

Combinaisons produit / marché / mode d'entrée

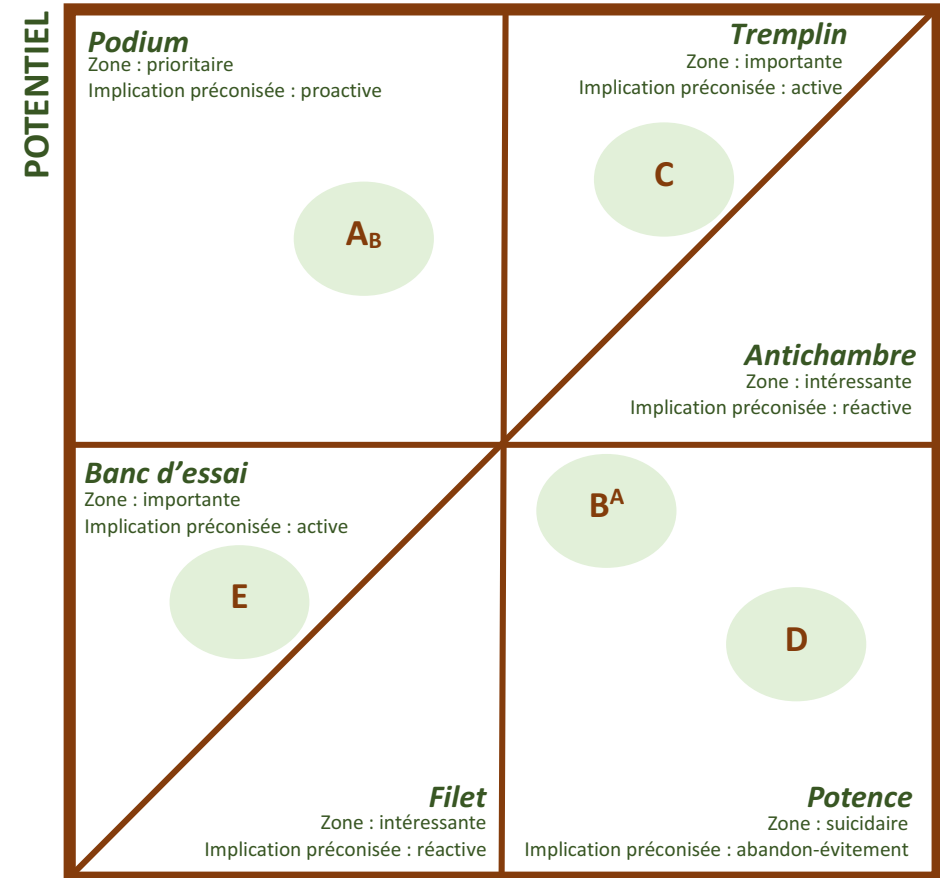
- A = UBX-Serv / Allemagne / Licence intégrateur
- B = UBX-Soft / Allemagne / Vente directe
- C = RBX-Batch / Italie / JV
- D = RBX-Continu / Portugal / Brownfield
- E = RBX-Continu / Autriche / Licence intégrateur

David, J.P., « Une matrice pour faire les bons choix d'internationalisation », dans L'Expansion Management Review, Paris, décembre 2005, no 119., pp. 66-73.

David, J.P., « Internationalisation des PME: une grille d'analyse », dans L'Expansion Management Review, Paris, juin 2002, no 105, pp. 82-89.

David, J.P., « La elección de la pareja producto-mercado en el entorno de la internacionalización: Un enfoque para dirigentes de PYME », Comercio Exterior, México, vol, 58, número 3, mars 2008, pp. 218-228.

Gérer son portefeuille de marchés internationaux



Le TRIAX™

Pour prioriser les « produits-marchés-modes d'entrée » à l'international

Le TRIAX™...

- ... retient, comme objet de priorisation, le triptyque *produit – marché – mode d'entrée*, à l'opposé des approches traditionnelles misant essentiellement sur la géographie
- ... permet à une ETI / PME de :
 - gérer de façon avisée son portefeuille de triptyques internationaux
 - définir sa séquence optimale de déploiement sur ces derniers
 - allouer judicieusement ses ressources et efforts en conséquence
- ... est une méthode en 3 étapes qui, de façon diligente, met le focus sur les triptyques *produit – marché – mode d'entrée* les plus porteurs:
 - Le tri : élimination des triptyques non pertinents
 - La priorisation : définition de l'importance relative des triptyques
 - Le ciblage : focus sur les triptyques les plus porteurs

Affiliations, certifications, accréditations



Nos partenaires



J'ai eu l'occasion de me familiariser avec les services de priorisation de marchés offerts par Mercadex auprès d'entreprises membres du QG100. L'approche (outils, pratiques) élaborée par Mercadex favorise l'expansion prospère et continue des entreprises sur les marchés extérieurs.

Benoit Daignault
Président et chef de la direction



Quelques références



Les fondateurs

Stéphane Michalon

Né en France, Stéphane Michalon est diplômé de l'EDHEC et de l'ICI (Paris). Il a exercé des fonctions de direction commerciale puis de direction générale au sein de plusieurs groupes européens et internationaux au cours des 30 dernières années : TETRA PAK, SMURFIT KAPPA, SUN CHEMICAL, GASCOGNE, STOKVIS ITW. Il a exercé ces fonctions en Europe, mais aussi en Afrique du Nord, dans l'Océan Indien, aux États-Unis et en Asie. Directeur général de Business Units et de sociétés indépendantes, il a défini les stratégies internationales et a guidé ses sociétés dans leur développement international sur 4 continents. Stéphane Michalon a soutenu EDHEC ALUMNI dans son développement en Europe et à l'international. Il est membre de l'OSCI, de la Chambre de Commerce France-Canada, du Think Tank français de l'exportation, et membre du bureau du SYNFIÉ. Il est accrédité Stratexio et certifié MX™. Il parle couramment anglais et français, et pratique l'espagnol et l'allemand.

Jean-Paul David

Né à Vancouver (CANADA), Jean-Paul DAVID compte plus de 30 ans d'expérience en marketing, finance et stratégie d'internationalisation. Il a fondé [Mercadex International inc.](#) en 1994, un cabinet spécialisé en marketing international qui contribue au rayonnement des entreprises sur les marchés mondiaux. Boursier CETAI, il détient un MBA en marketing et gestion internationale de [HEC Montréal](#) (en partie réalisé à l'[EM Lyon](#)) et est diplômé de l'[UQTR](#). Outre sa fonction d'associé de MERCADEx Europe, il enseigne ou a enseigné en commerce international à HEC Montréal, à l'EM Lyon et à l'Université Sorbonne – Paris 3. Jean-Paul DAVID est membre de la Chambre de Commerce France-Canada, d'Allizé Plasturgie, de l'OSCI ainsi que du Think Tank français de l'exportation. Il est de plus accrédité Stratexio et certifié MX™. Il a également été président de la Chambre de commerce Mexique-Canada (2000-2001) ainsi que président et fondateur de l'Association québécoise du marché monétaire (1991-93). Il est l'auteur d'articles dans plusieurs revues internationales dont L'Expansion Management Review (Paris), Comercio Exterior (Mexico), International Journal of Business and Management (Toronto) et est aussi l'auteur du livre « Comment développer les marchés internationaux », nominé pour le prix du meilleur livre d'affaires pratique au Canada en 2008. Il parle couramment le français, l'anglais et l'espagnol.