



Étude

Que recherchent les acheteurs de PME canadiennes?

Comprendre le marché pour
réussir l'achat ou la vente
de votre entreprise

Novembre 2017



Table des matières

Faits saillants	1
Contexte	2
1. Profil et caractéristiques des entrepreneurs qui pensent acheter une PME	3
2. Motivations des acheteurs et types d'entreprises recherchées	9
Comment éviter de se brûler les doigts à l'achat d'une entreprise	12
Bison Fire Protection – La réussite exemplaire d'acquisitions en chaîne	14
Conclusion	15
Méthodologie du sondage	16

Auteure

Sylvie Ratté, économiste principale

Remerciements

Nous tenons à remercier Tom Corner, Isabelle Simard, Marco Santos Pires, Benoît Mignacco et Don Macdonald pour leur précieuse collaboration à la réalisation de l'étude.

Celle-ci a été préparée par l'équipe Recherche et analyse économique de Marketing et Affaires publiques de la Banque de développement du Canada (BDC). Elle repose sur des données publiques ou confidentielles analysées et interprétées par BDC. Toute erreur ou omission relève de la seule responsabilité de BDC. Le lecteur est l'unique responsable de l'usage qu'il fait de l'information présentée ici.

© Banque de développement du Canada, 2017

1 888 INFO BDC | bdc.ca

Faits saillants

19 %

Près d'un entrepreneur sur cinq compte se porter acquéreur d'une entreprise au cours des cinq prochaines années

- Ce rapport fait suite à une étude précédente portant sur les intentions de vente des dirigeants d'entreprises intitulée *Vague de transferts d'entreprise en vue au Canada*, parue en septembre 2017. Peu d'études ont abordé le phénomène de transition du point de vue des acheteurs; sur ce plan, la présente étude comble cette lacune.
- L'étude révèle que près d'un entrepreneur sur cinq (19 %) compte se porter acquéreur d'une entreprise au cours des cinq prochaines années.
- Les acheteurs potentiels ont une forte propension à croître (84 %) et à prendre des risques (63 %). Il n'est pas surprenant qu'ils comptent parmi les propriétaires d'entreprises les plus dynamiques au pays.
- L'acquisition d'un concurrent arrive en tête de liste des motivations des acheteurs. Ceux-ci recherchent surtout des entreprises de taille identique à la leur ou plus petites, ayant une bonne rentabilité. Dans l'ensemble, ces constats s'appliquent, peu importe la taille ou la propension à croître et à prendre des risques de l'acheteur potentiel.
- Davantage d'acheteurs sont à la recherche d'entreprises stables (61 %) et d'entreprises en croissance (31 %). Avis aux vendeurs : très peu d'acheteurs (8 %) recherchent des entreprises en décroissance ou non rentables, c'est-à-dire des entreprises qu'ils devront redresser avant de commencer à en récolter les bénéfices.
- Une vague de consolidation semble se dessiner à l'horizon. Parmi les dirigeants d'entreprises de 20 employés ou plus, 44 % comptent se porter acquéreurs d'une autre entreprise au cours des cinq prochaines années. Cette vague de consolidation est de bon augure puisqu'elle favorisera l'émergence d'entreprises canadiennes plus aptes à concurrencer le marché international.
- Pour l'économie canadienne, ces changements à venir au niveau de la direction des entreprises canadiennes peuvent comporter de belles opportunités de consolidation et d'expansion des entreprises, à condition que les transitions se fassent en réduisant au minimum les risques d'échec. Le présent rapport contient des conseils pour mettre toutes les chances de son côté afin de réussir une transition d'entreprise. Parmi les principales recommandations, il faut veiller à :
 - choisir la bonne entreprise pour vous;
 - avoir des cultures d'entreprise similaires;
 - bien s'entourer;
 - payer le juste prix;
 - choisir une structure de financement adéquate.

Contexte

Le présent rapport fait suite à l'étude *Vague de transferts d'entreprise en vue au Canada*, publiée en septembre 2017. Cette première étude portait sur les intentions des dirigeants de PME concernant la vente de leur entreprise. Elle démontrait, entre autres, que 41 % des entrepreneurs canadiens avaient l'intention de se départir de leur entreprise au cours des cinq prochaines années sans en acheter une autre. De plus, on y constatait que ceux-ci ne prenaient généralement pas les mesures nécessaires pour maximiser la valeur de leur entreprise avant la vente.

Sur la base de la même enquête, réalisée au printemps 2017 auprès de plus de 2 500 dirigeants de PME, cette deuxième étude présente le point de vue des acheteurs, soit de ceux qui sont désireux d'acquérir une autre entreprise.

Quelles sont les caractéristiques et les motivations des acheteurs?
Quels types d'entreprises recherchent-ils?

Connaître les réponses à ces questions s'avère utile pour les entrepreneurs désireux de vendre leur entreprise. Dans un contexte où plusieurs d'entre eux choisiront cette voie au cours des cinq prochaines années, les informations contenues dans ce deuxième rapport peuvent aussi les aider à mieux se préparer à cette vente.

Le présent rapport contient également des informations très pertinentes pour les acheteurs. Ceux-ci souhaiteront sans aucun doute, par exemple, mieux comprendre qui sont les autres dirigeants en mode acquisition et ce qu'ils recherchent. De plus, ils trouveront ici des conseils sur la façon de réussir une acquisition. Finalement, nous illustrons nos propos par un exemple d'entrepreneur qui se démarque en suivant une démarche rigoureuse lorsqu'il fait des acquisitions.

1

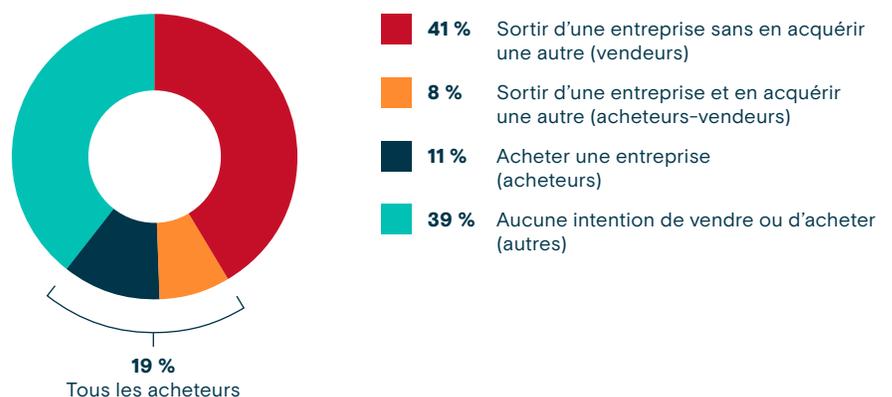
Profil et caractéristiques des entrepreneurs qui pensent acheter une PME

Notre sondage révèle que 19 % des dirigeants de PME au pays ont l'intention d'acquérir une nouvelle entreprise d'ici cinq ans (graphique 1). Certains acheteurs feront une acquisition tout en conservant l'entreprise qu'ils détiennent (11 % des répondants), alors que d'autres s'en départiront complètement (8 %)¹.

Quelles sont les intentions des entrepreneurs ?

Graphique 1 – Près d'un entrepreneur sur cinq pense acheter une entreprise d'ici cinq ans

Intentions d'achat et de vente des entrepreneurs au cours des cinq prochaines années



¹ Acheteurs : Entrepreneurs ayant l'intention d'acheter une entreprise au cours des cinq prochaines années tout en conservant leur entreprise actuelle.

Acheteurs-vendeurs : Entrepreneurs qui ont l'intention de se départir de leur entreprise et d'en acheter une autre au cours des cinq prochaines années.

44 %

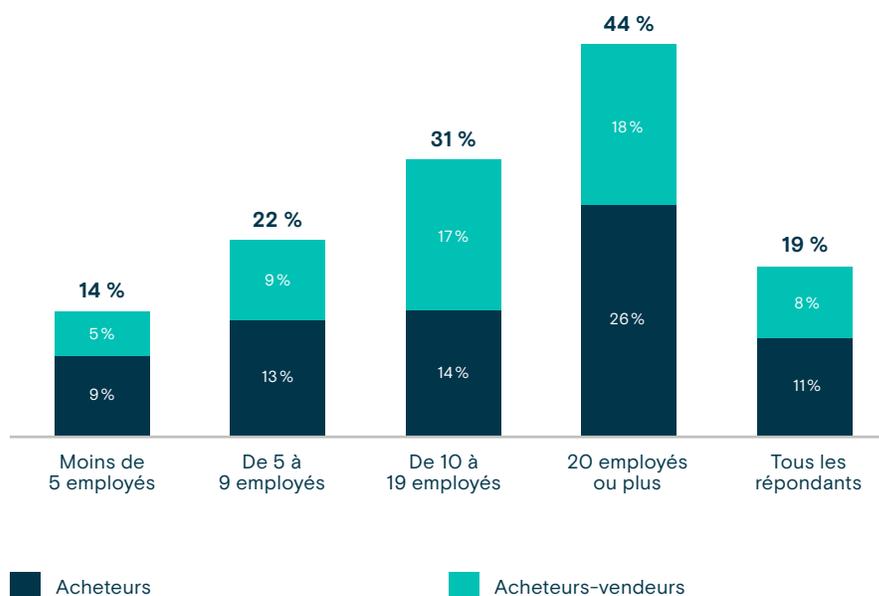
**Proportion d'acheteurs
chez les entrepreneurs
à la tête d'entreprises
de 20 employés ou plus**

Taille des entreprises des acheteurs

La probabilité de vouloir se porter acquéreur augmente avec la taille des entreprises. En effet, la proportion d'acheteurs s'élève à 44 % chez les entrepreneurs à la tête d'entreprises de 20 employés ou plus, alors qu'elle n'est que de 14 % chez les entreprises de moins de cinq employés (graphique 2).

Graphique 2 – Les propriétaires de plus grandes entreprises sont plus enclins à faire une acquisition

Intentions d'achat des entrepreneurs selon la taille de leur entreprise



Notons toutefois que même si les dirigeants à la tête d'entreprises de 20 employés ou plus ont une plus grande propension à envisager des acquisitions, ceux-ci ne représentent que 11 % de tous les acheteurs sur le marché. Les entreprises de moins de 10 employés comptent quant à elles pour les trois quarts des futurs acheteurs. Ceci reflète tout simplement le fait que les entreprises de moins de 10 employés représentent une part plus grande de la population des PME.

34 %

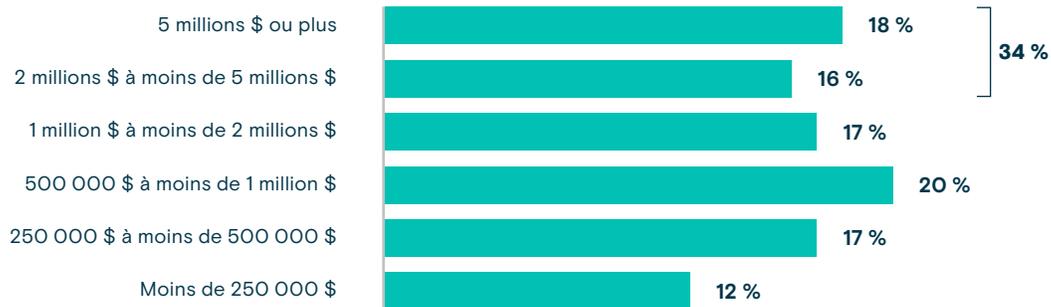
Le tiers des acheteurs affichent des ventes annuelles de plus de 2 millions de dollars

Ventes annuelles générées par les entreprises des acheteurs

Plus l'entreprise génère de ventes, plus son propriétaire a tendance à vouloir en acheter une autre. Le tiers des acheteurs (34 %) affichent des ventes annuelles de plus de 2 millions de dollars (graphique 3). À titre de comparaison, seulement 25 % de l'ensemble des répondants à notre sondage atteignent ce chiffre de ventes. Ceci n'a rien de surprenant, puisque la croissance par acquisition est une stratégie plus répandue au sein d'entreprises plus matures ayant davantage de ressources.

Graphique 3 – Les propriétaires d'entreprises qui génèrent plus de ventes sont plus enclins à faire une acquisition

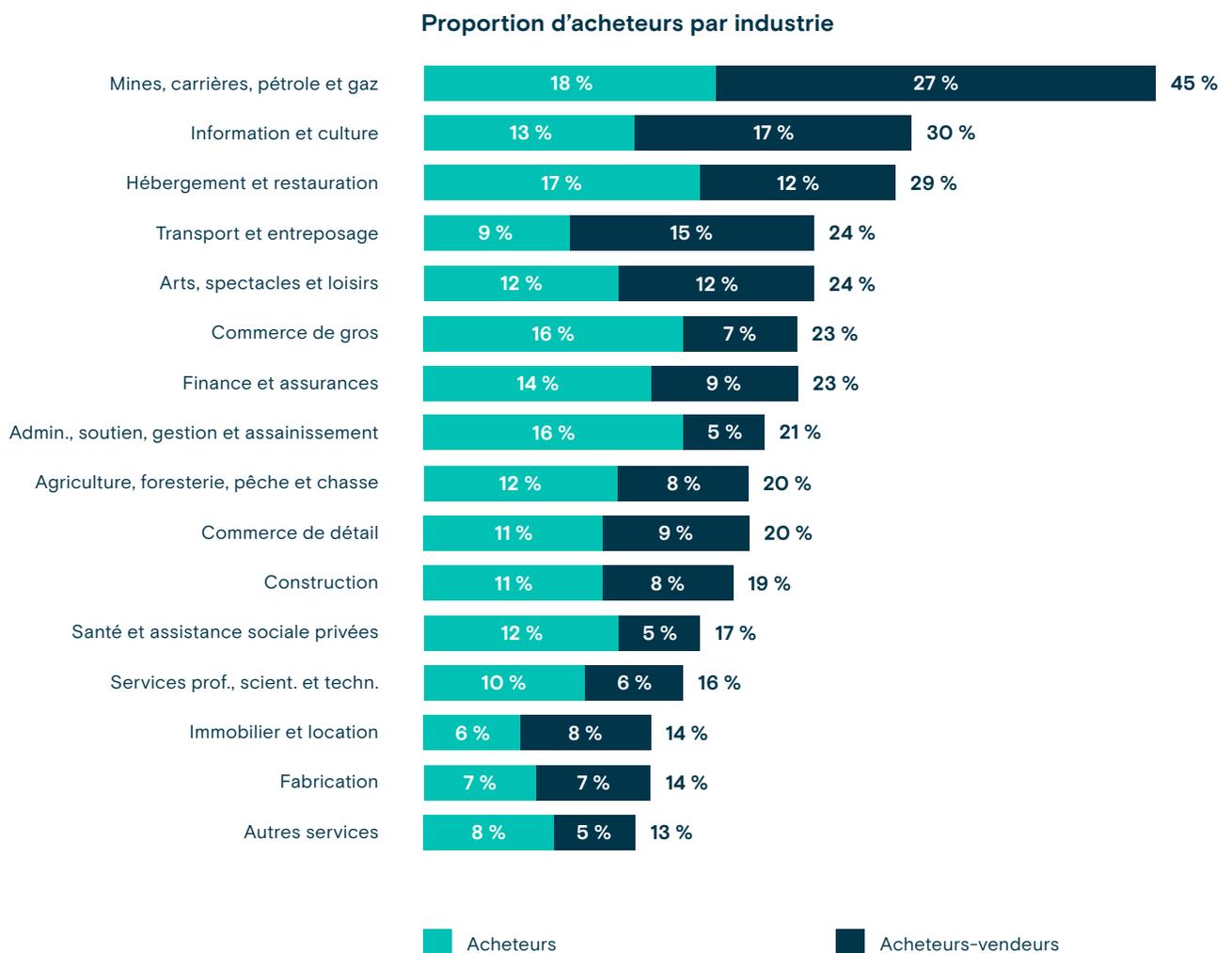
Répartition des acheteurs selon leur niveau de ventes annuelles



Profil des acheteurs par industrie

Les intentions d'achat au cours des cinq prochaines années varient par industrie. Les entrepreneurs du secteur de l'extraction minière, de l'exploitation en carrière et de l'extraction de pétrole et de gaz sont plus actifs en matière d'acquisition d'entreprises. Dans ce secteur, 45 % des répondants ont indiqué vouloir acheter une entreprise. Les dirigeants de l'industrie de l'information et de l'industrie culturelle et ceux du secteur des services d'hébergement et de restauration arrivent respectivement au deuxième et troisième rang (graphique 5).

Graphique 5 – Une plus grande proportion d'acheteurs se retrouvent dans les secteurs miniers et pétroliers



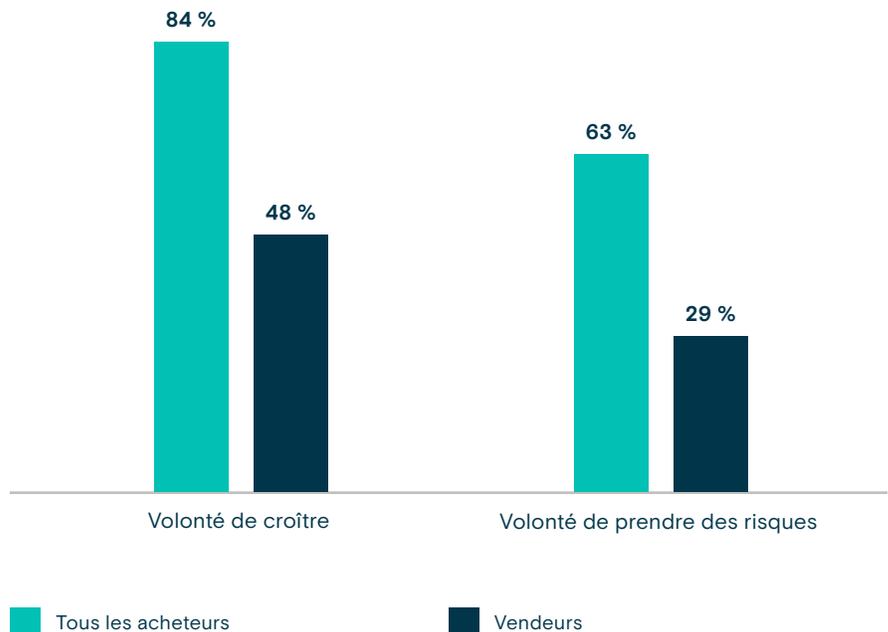
Les secteurs où l'on note de plus fortes intentions d'acquisition sont aussi des industries où les entreprises de 20 employés ou plus se retrouvent en plus grand nombre parmi les répondants.

Quelle est la mentalité des acheteurs ?

Sans surprise, les dirigeants d'entreprises désirant acheter sont pour la plupart en mode croissance et enclins à prendre des risques, comme l'illustre le graphique 6. Ce constat est généralisé à l'ensemble des acquéreurs, peu importe la taille ou le secteur d'activité de leur entreprise. Les entreprises canadiennes en mode acquisition figurent sans contredit parmi les plus dynamiques au pays.

Graphique 6 – Les acheteurs sont parmi les propriétaires d'entreprises les plus dynamiques au pays

Propension à croître et à prendre des risques parmi les acheteurs et les vendeurs d'entreprise*



* Proportions des répondants ayant accordé un score de 7 ou plus, sur une échelle de 0 à 10, où 0 signifie « Aucune volonté de croître ou de prendre des risques » et 10 signifie « Forte volonté de croître ou de prendre des risques ».



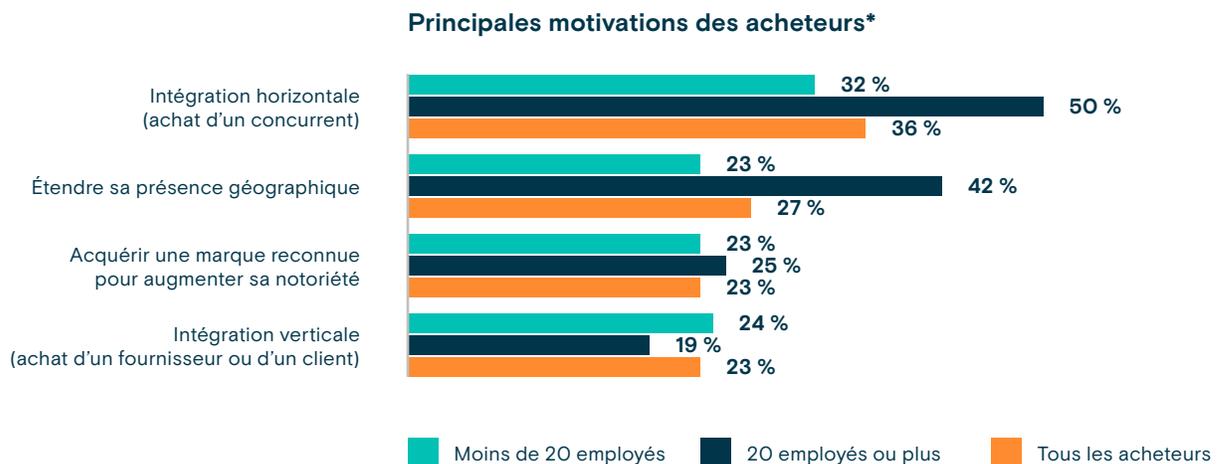
Motivations des acheteurs et types d'entreprises recherchées

Qu'est-ce qui motive les entrepreneurs en mode acquisition? Une des parties les plus intéressantes de notre enquête consistait à mieux comprendre ce qui motive la décision des entrepreneurs ayant l'intention d'acquérir une autre entreprise, de même que ce qu'ils recherchent. Cherchent-ils à acheter un concurrent ou à prendre de l'expansion géographique? Quelle est la taille des entreprises convoitées? Et enfin, veulent-ils une entreprise en croissance et profitable ou plutôt une entreprise sur le déclin qu'ils pourraient redresser?

Quelles sont les motivations des acheteurs?

Les résultats de notre sondage démontrent que la volonté d'acheter un concurrent arrive en tête des principales motivations. Ceci est particulièrement vrai pour les PME de 20 employés ou plus (graphique 7).

Graphique 7 – L'achat d'un concurrent est la principale motivation des acheteurs



* Certains ont mentionné plusieurs motivations principales, ce qui explique que la somme des réponses ne donne pas 100 %.

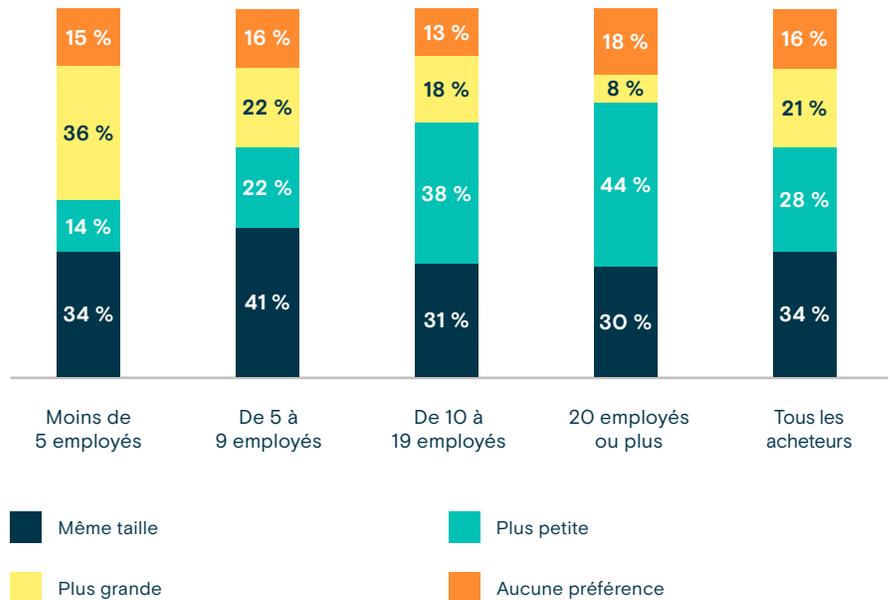
L'expansion géographique arrive au deuxième rang des principales motivations des acheteurs, que ce soit dans une autre ville au Canada ou à l'étranger. Dans des proportions plus faibles, mais tout de même importantes, d'autres entrepreneurs désirent acquérir une entreprise dont l'image de marque est reconnue afin d'accroître la notoriété de leur propre marque. Pour d'autres répondants, réaliser une intégration verticale en achetant un fournisseur ou un client représente la principale motivation à la base de leur intention d'achat.

Taille des entreprises recherchées

Les acheteurs recherchent en premier lieu des entreprises de même taille que la leur, ou de taille inférieure. Ce constat est particulièrement vrai pour les plus grandes PME, soit celles de plus de 20 employés (graphique 8). Celles-ci semblent donc être plus prudentes. Même les acheteurs ayant une forte propension à prendre des risques préfèrent acquérir une entreprise de même taille que la leur ou plus petite. Ceci s'explique sans doute par les défis plus grands que pourrait représenter l'absorption d'une entreprise plus grande.

Graphique 8 – Les acheteurs recherchent des entreprises de même taille ou plus petite que la leur

Taille d'entreprise recherchée selon la taille des acheteurs



Très peu d'acheteurs recherchent des entreprises en décroissance ou non rentables

Profil de croissance et de rentabilité des entreprises recherchées

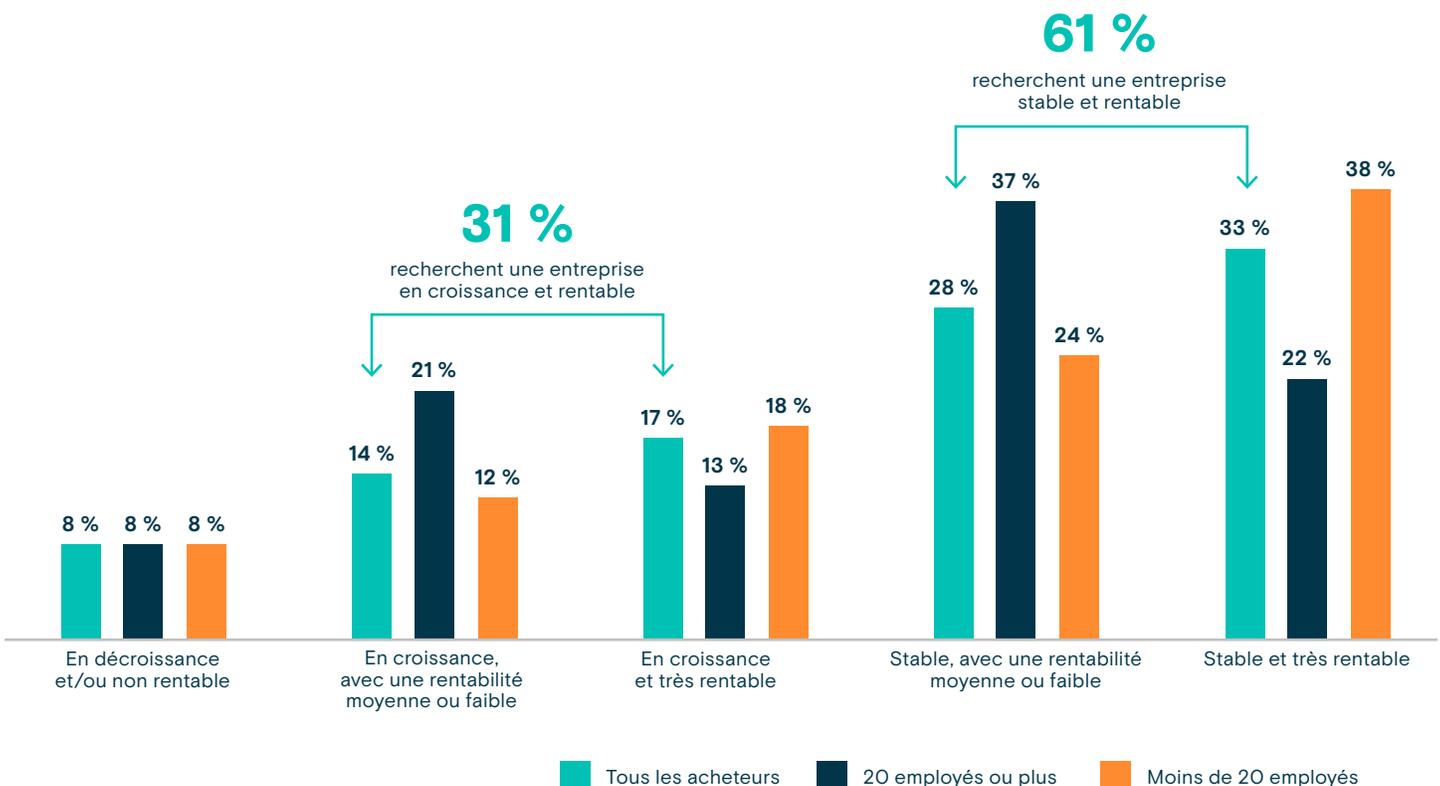
Clairement, davantage d'acheteurs sont à la recherche d'entreprises stables (61 %) que d'entreprises en croissance (31 %). Ceci peut s'expliquer par le fait qu'il est plus facile de diriger une entreprise qui est stable plutôt qu'en pleine croissance, surtout si cette croissance est forte. Ce constat s'applique à tous les acheteurs, peu importe la taille de leur entreprise et leur disposition à prendre des risques.

Dans l'ensemble, les entreprises générant une forte rentabilité sont préférées à celles dont les profits sont dans la moyenne ou plus modestes, quitte à payer une prime à l'achat. Toutefois, ce constat ne s'applique pas aux acheteurs qui sont à la tête d'entreprises de 20 employés ou plus. Ceux-ci préfèrent nettement des firmes dont les profits sont dans la moyenne ou inférieures (graphique 9). Ces plus grandes PME semblent donc moins enclines à payer une prime à l'achat, mais plus disposées à s'investir afin d'améliorer l'efficacité de l'entreprise achetée.

Très peu d'acheteurs (8 %), peu importe leur taille ou leur intérêt à prendre des risques, recherchent des entreprises en décroissance ou non rentables, c'est-à-dire des entreprises qu'ils devront redresser avant de commencer à en récolter les bénéfices. Avis aux vendeurs : avant d'envisager de vendre son entreprise, il vaut mieux s'assurer que celle-ci est solide et rentable puisque le marché des redresseurs d'entreprises est très restreint.

Graphique 9 – Les acheteurs préfèrent les entreprises stables ou en croissance

Profil de croissance et de rentabilité des entreprises recherchées





« Il ne faut pas hésiter à consulter des experts afin de vous assurer de payer le juste prix et de conclure une bonne transaction. Comme il s'agit dans bien des cas d'un investissement très important, cela vaut la peine de s'entourer de conseillers professionnels afin de limiter les risques lors de l'achat. »

Benoit Mignacco

Directeur général,
Capital de croissance et transfert
d'entreprise – BDC Capital

Comment éviter de se brûler les doigts à l'achat d'une entreprise

Comptant près de 15 années d'expérience en financement d'acquisition, de fusion ou de croissance, Benoit Mignacco n'hésite pas à partager ses connaissances et son expérience avec les entrepreneurs qu'il côtoie afin de bien les épauler.

« Une acquisition peut être un excellent moyen de faire croître votre entreprise, car elle vous donne accès à une entité déjà établie (employés, actifs, relations clients). Vous devez toutefois prendre garde à ce que celle-ci cadre bien avec votre entreprise et avec votre plan stratégique, et à ce que le prix d'achat et la structure de financement ne pèsent pas trop lourd sur vos finances et celles de votre entreprise », explique-t-il.

Vous devez d'abord comprendre la raison qui motive l'acquisition, établir les caractéristiques recherchées et déterminer combien vous êtes prêt à payer. Il est essentiel de vous en tenir à ces critères tout au long du processus d'acquisition, en particulier dans les marchés « chauds » qui comptent davantage d'acheteurs que de vendeurs, comme c'est le cas dans beaucoup de régions du pays.

Voici quelques conseils à garder à l'esprit quand vous voulez acheter une entreprise.

→ La bonne entreprise

Ne vous fiez pas uniquement aux états financiers. Posez beaucoup de questions, à commencer par l'essentiel : Pourquoi le propriétaire actuel veut-il vendre ? Y a-t-il un problème caché, ou l'industrie est-elle au bord du gouffre ? L'entreprise est-elle trop dépendante d'un petit nombre de clients ou de fournisseurs ? La clientèle est-elle séduite par le charisme de l'actuel propriétaire et risque-t-elle d'abandonner l'entreprise au profit d'un concurrent lorsqu'il partira ? Les gens qui obtiennent les meilleurs résultats passent beaucoup de temps à chercher des entreprises, à les étudier et à les interroger, et surtout, réussissent à ne pas se laisser submerger par leurs émotions.

→ Le bon « mariage »

Veillez à ce que la culture de l'entreprise achetée soit compatible avec la vôtre. Prenons l'exemple d'une entreprise de conception de sites Web décontractée (du genre « t-shirt et sandales »). Lorsqu'elle a été achetée par un géant des télécommunications de style complet-cravate, les choses n'ont pas tardé à se gâter. De plus, « une pratique courante éprouvée consiste à planifier une transition d'une durée d'au moins six à neuf mois avec le propriétaire actuel pour faire en sorte que la transition se fasse progressivement et en douceur », explique M. Mignacco.

→ Le bon prix

Documentez-vous sur le prix de vente des entreprises dans votre industrie et votre région. Il est important de contrôler rigoureusement la somme que vous payez, même si vos banquiers sont disposés à vous prêter davantage. Payer un prix excessif diminuera vos rendements financiers et augmentera votre risque de défaut de paiement. « Il ne faut pas hésiter à consulter des experts, comme des comptables ou des avocats, afin de vous assurer de payer le juste prix. Ceux-ci agissent en quelque sorte comme les inspecteurs ou les évaluateurs que nous embauchons avant d'acheter une maison. C'est un investissement qui en vaut vraiment la peine », affirme M. Mignacco.

→ Les bons conseils

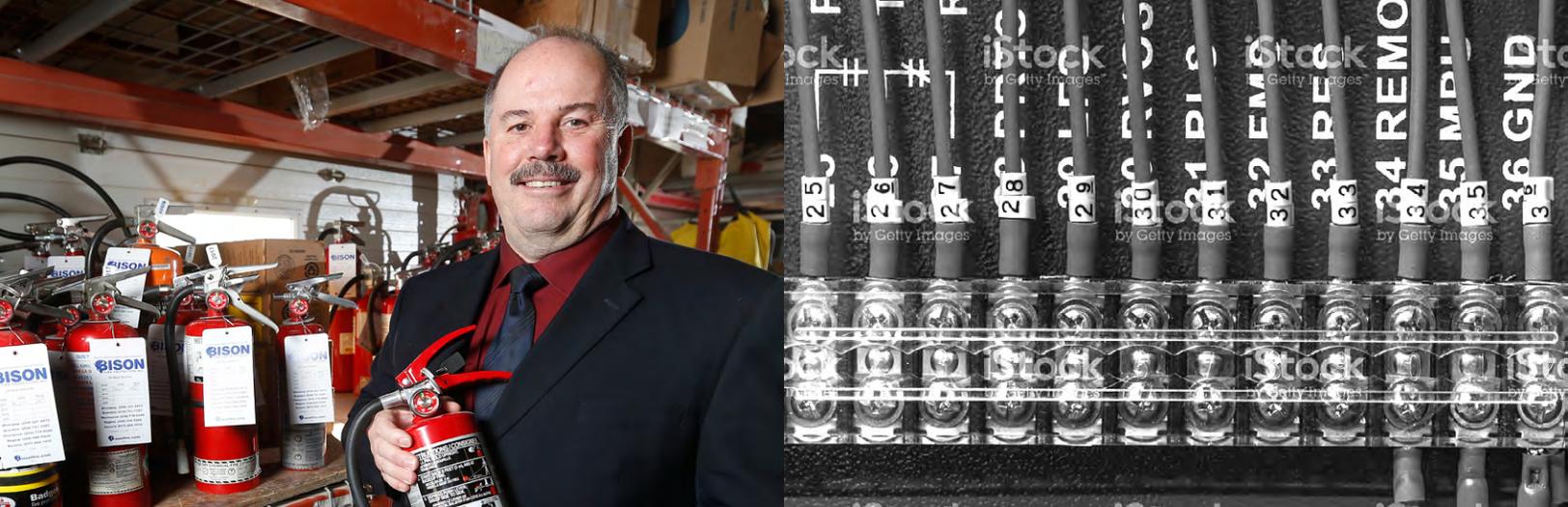
Si votre équipe interne est moins expérimentée ou est occupée sur d'autres projets, une équipe externe pourrait être mandatée pour vous soutenir. Son aide vous permettra d'être plus objectif face aux constats de la diligence raisonnable et pourrait vous éviter de fermer les yeux sur certains défauts importants. Par exemple, des professionnels des firmes d'audit pourraient vous aider lors de la revue diligente des résultats financiers de l'entreprise ciblée, de ses procédures comptables, de sa gestion du fonds de roulement ou de ses passifs fiscaux éventuels. Un avocat spécialisé dans les transactions de fusion-acquisition peut également vous conseiller sur les pratiques courantes en matière de convention d'achat, de technologies informatiques et de gestion des ressources humaines.

→ La bonne structure de financement

Vous auriez intérêt à financer votre acquisition d'une manière qui maximise la souplesse de remboursement, quitte à payer plus rapidement vers la fin de la période de remboursement. En plus d'un prêt garanti sur les actifs de l'entreprise, vous devriez généralement essayer d'obtenir du financement du propriétaire actuel. Le financement par le vendeur comporte habituellement un taux d'intérêt raisonnable et des modalités de remboursement flexibles et n'exige aucune garantie personnelle. De plus, il constitue une forme d'assurance additionnelle pour l'acheteur. Pensez au capital de croissance et de transfert d'entreprise, car il offre aussi des conditions souples. La combinaison de solutions de financement que vous pouvez utiliser peut modifier radicalement le rendement obtenu et le risque auquel vous vous exposez sur les plans commercial et personnel.

→ Le bon état d'esprit

La patience est une vertu qui rapporte, surtout dans un marché chaud. Selon une étude de BDC réalisée en 2017 et intitulée *Vague de transferts d'entreprise en vue*, quatre propriétaires de PME canadiens sur dix envisagent de se départir de leur entreprise au cours des cinq prochaines années. Cela devrait faire pencher la balance en faveur des acheteurs.



Bison Fire Protection

La réussite exemplaire d'acquisitions en chaîne

Un entrepreneur suit une démarche rigoureuse pour faire ses acquisitions

Rob Read dirige une société spécialisée dans la protection incendie qui, de petite entreprise winnipegoise qu'elle était, compte maintenant six établissements au Manitoba, en Saskatchewan et dans le nord-ouest de l'Ontario.

Bison Fire Protection doit une part de sa croissance aux trois acquisitions qu'elle a réalisées depuis 2006. M. Read est conscient qu'une seule mauvaise acquisition risque de compromettre son entreprise, qui compte 85 employés et dont les revenus croissent au rythme de 25 à 30 % par année. Si bien que M. Read s'impose détective pour dénicher les cibles potentielles.

« Nous passons par toutes les étapes du processus de diligence raisonnable pour nous assurer que l'acquisition est viable », précise M. Read, dont l'entreprise se spécialise notamment dans la vente d'extincteurs, de gicleurs et de systèmes d'alarme. « Croyez-moi, beaucoup d'entreprises se sont adressées à nous et, après analyse, nous avons carrément décliné leur offre. »

Selon lui, un problème courant avec les entreprises dont il a refusé de faire l'acquisition est que le propriétaire demande un prix trop élevé compte tenu de la rentabilité de l'entreprise. Souvent, les entreprises ne possèdent pas non plus les actifs complémentaires à Bison, comme l'équipement, les stocks et les gammes de produits.

Approfondir ses recherches sur l'entreprise ciblée

Lorsqu'il s'intéresse à une entreprise, M. Reid l'analyse soigneusement. Il se penche sur les aspects fonctionnels, comme la compatibilité du système informatique avec celui de Bison. Mais c'est à la compétence des gestionnaires et des autres employés qu'il attache une importance particulière.

Il interroge le propriétaire vendeur et parle même avec les employés pour se faire une idée précise des enjeux de l'entreprise.

Lorsque M. Read décide de procéder à l'acquisition, son équipe établit un plan décrivant les principales étapes de l'intégration. Dès le départ, il est important de communiquer avec les membres du personnel afin de les rassurer au sujet des changements et de recueillir leurs suggestions pour améliorer l'entreprise.

Un des principaux objectifs est de retenir les meilleurs employés et d'éviter qu'ils n'aillent travailler pour les concurrents ou, pire encore, qu'ils fondent leur propre entreprise, phénomène dont M. Read a été témoin et qui s'est produit en raison d'une intégration mal organisée.

« Si on s'y prend mal, surtout avec le personnel, c'est le désastre assuré. »

Conclusion

Vague de consolidation en vue ?

Ce rapport sur les intentions d'acquisition d'entreprises des dirigeants de PME au Canada révèle que près d'un entrepreneur sur cinq compte se porter acquéreur d'une entreprise au cours des cinq prochaines années. Ces intentions augmentent avec la taille de l'entreprise et atteignent 44 % chez les dirigeants de 20 employés ou plus.

L'acquisition d'un concurrent arrive en tête de liste des motivations des acheteurs. Ceux-ci recherchent surtout des entreprises de taille identique à la leur ou plus petites, ayant une croissance stable et une bonne rentabilité.

Les entrepreneurs qui désirent se départir de leur entreprise au cours des cinq prochaines années pourront tirer profit des constats de la présente étude, car elle leur donnera des pistes afin de maximiser la valeur de l'entreprise. Les acheteurs souhaiteront quant à eux se comparer avec leurs pairs.

Pour l'économie canadienne, ces changements à venir au niveau de la direction des entreprises canadiennes peuvent comporter de belles opportunités de consolidation et d'expansion des entreprises, qui seront plus aptes à concurrencer le marché international, à condition que les transitions se fassent en réduisant au minimum les risques d'échec. Le présent rapport contient des conseils afin de mettre toutes les chances de son côté à cet égard.

Au cours des prochaines années, nous assisterons à plusieurs transitions d'entreprises. Au même titre que lorsque l'on met son entreprise en vente, quand il est question d'en acquérir une autre, il est essentiel de bien se préparer. Il faut prendre une décision rationnelle et éclairée, et veiller à ce que l'acquisition cadre bien avec son plan stratégique, en plus de s'assurer de payer le juste prix.

Vous envisagez d'acheter une entreprise ? Pour une transition réussie, choisissez BDC

→ Que vous cherchiez à acquérir une entreprise existante ou l'entreprise d'un concurrent ou d'un fournisseur, nous offrons plusieurs options de financement à long terme selon votre situation.

→ Nos experts travailleront étroitement avec vous afin de déterminer la structure de financement optimale et de vous offrir des modalités de remboursement souples afin que vous conserviez vos liquidités essentielles.

Méthodologie du sondage

Au cours des mois de mars et d'avril 2017, la firme Nielsen a mené un sondage téléphonique afin de savoir quelles étaient les intentions des entreprises canadiennes de un à 499 employés en matière de relève et d'acquisition. Les résultats qui concernent l'ensemble des répondants ont été pondérés en fonction de la répartition des entreprises par province et du nombre de leurs employés.

Vous désirez en savoir plus sur les enjeux touchant les petites et moyennes entreprises canadiennes ?

Visitez la page Web Analyses et recherche de BDC.

 bdc.ca

Vous y trouverez :

-
- *La Lettre économique mensuelle*
-
- La chronique de notre économiste en chef
-
- Le Point sur le marché du pétrole, qui a été intégré à la *Lettre économique mensuelle*
-
- L'outil de comparaison de la productivité des entreprises canadiennes
-
- Et les plus récentes études réalisées par BDC
-



bdc 
**financement.
conseil.
savoir-faire.**

**Pour en savoir plus,
visitez bdc.ca**

Communiquez avec nous

T 1 888 463-6232

C info@bdc.ca

This document is also available in English.