

GÉRER POUR DURER

# Comment mieux profiter des salons

J'aime les salons d'affaires! Il y a une vingtaine d'années, le professeur Yvon Perreault et moi-même avons mis en place, durant trois ans, Le Salon de la PME à l'UQAM.

Paul  
Dell'Aniello



Collaboration spéciale

C'était, à l'époque, assez innovateur de parler des PME. Mais, avec l'aide de journalistes avant-gardistes comme Richard Johnson du *Journal de Montréal*, nous avons attiré à l'UQAM plus de 7000 personnes par week-end durant trois années.

Nous insistions pour que chacun des exposants éduque les visiteurs et accepte d'avoir son stand dans une salle de cours. Ce côté Educ-PME est encore primordial pour la plupart des visiteurs des nombreux salons.

Pourquoi ressasser tout cela? Parce que, depuis 20 ans, nous avons assisté à une explosion du concept salon. Mais tous n'ont pas tous la même valeur éducationnelle. J'en prends pour exemple ce Salon national de la franchise et des opportunités d'affaires, visité il y a quelques semaines à Montréal. Pour reprendre une expression populaire, il n'y avait rien là... ou presque!

Je ne veux même pas qualifier la qualité des occasions d'affaires, qui allaient de la

gomme balloune rose aux popsicles aux fruits en passant par les guichets automatiques mobiles, le tout présenté par à peine une trentaine d'exposants. Je veux plutôt m'arrêter sur un point qui avait fait notre force jadis et qui est devenu une faiblesse de trop de salons.

Un peu pour se donner bonne conscience, beaucoup d'organisateurs de salons y greffent un côté éducateur... auquel ils n'accordent pas l'attention que cet aspect mérite. Le franchisage, par exemple, est un domaine compliqué, trop compliqué pour qu'un conférencier se permette de n'en brosser qu'un tableau partiel, escamotant complètement un pan majeur : les redevances et autres droits payables aux franchiseurs.

## Trop de salon, pas assez de cuisine!

Comme dans la plupart de nos maisons anciennes, il y a trop de salon, où personne ne va, et pas assez de cuisine, c'est-à-dire de cette information concrète, essentielle, dont tant de futurs entrepreneurs ont besoin.

Cependant, toujours à ce Salon, un des conférenciers, M<sup>e</sup> Luc Audet, avait compris son rôle et offert quelque chose de pratique et d'utilisable en parlant des *28 avantages et 4 inconvénients de s'incorporer* et en remettant à l'assistance un texte sur cette

question. C'est une information passe-partout qui ne se limite pas aux franchises et qui a rendu un réel service aux visiteurs. Si ce texte vous intéresse, il suffit de passer au site <http://droitdespme.com>.

Pendant que vous y êtes, si vous voulez en savoir plus sur le franchisage au Québec sans vous rendre à un salon, je vous propose de lire le principal ouvrage de référence au Québec en matière de franchisage, *La Franchise au Québec*, aux Éditions Wilson et Lafleur Martel Ltée. Le livre porte sur la mise en place, le lancement, la gestion, l'exploitation et le développement d'un réseau de franchises dans notre contexte québécois.

En anglais, on peut consulter le livre *Be Your Own Boss : The Insider's Guide to Buying a Small Business or Franchise in Canada*, de Douglas Gray et Norman Friend, publié à Toronto chez McGraw-Hill Ryerson en 2002.

Souhaitons que des M<sup>e</sup> Audet, il s'en retrouve de plus en plus dans ces foires... Sinon, nous risquons de développer un autre type de SRAS : le Syndrome de Résistance Aiguë aux Salons.

Un dernier petit conseil : si un salon vous intéresse pour son côté formation, jetez donc un coup d'œil sur la liste des conférenciers : elle est aussi importante que la liste des exposants et elle vous donne une bonne idée du sérieux des organisateurs.

\* Paul Dell'Aniello, Ph.D., est professeur associé au CEREV UQAM ([dellaniello.paul@uqam.ca](mailto:dellaniello.paul@uqam.ca))

## Pour mieux profiter des salons et autres foires commerciales

- Les salons sont excellents pour commencer une recherche sur les franchises.
- Vous pouvez échanger avec les exposants et assister à des présentations.
- Attention! Tous les salons ne sont pas de qualité égale.
- Plusieurs salons prétendent être des salons de franchisage alors qu'ils ont un trop petit nombre d'exposants.
- Les investisseurs potentiels doivent être prudents et faire leurs devoirs.

### J'ajouterai :

- Les exposants doivent veiller à la qualité de leur communication s'ils veulent projeter l'image d'une entreprise sérieuse.