

## Contre la concurrence avec la veille

Référence : Simard, R. C. « Vêtement : une image de marque à développer ». *Les Affaires*, 22 juin 2002.

Mots clés : veille; concurrence; industrie du vêtement.

### Contexte :

L'industrie québécoise du vêtement devait trouver de nouvelles façons de se démarquer pour demeurer concurrentielle sur les marchés. Pour y arriver, un spécialiste de la confection de vêtements de denim a choisi de se servir de la veille stratégique.

### Problème identifié :

Les importations venant d'Asie prenaient de plus en plus de place sur les marchés internationaux, et il était très difficile pour les manufacturiers québécois de leur faire concurrence, et ce, en raison du faible taux horaire de la main-d'œuvre asiatique, rémunérée à moins d'un dollar l'heure.

### Causes du problème :

Les mesures protectionnistes entourant l'industrie québécoise du vêtement avaient été diminuées et, dans peu de temps, il n'y aurait plus de quotas imposés sur l'importation de vêtements.

### Objectifs à atteindre :

Selon certains, l'objectif à atteindre pour l'industrie québécoise du vêtement était de développer des produits plus sophistiqués et des images de marque, et de cibler des créneaux particuliers.

### Solution envisagée :

Un manufacturier québécois spécialisé dans la confection de vêtements de denim pour de grandes marques américaines a envisagé de recourir à la veille stratégique afin de rester concurrentiel sur les marchés.

### Mise en œuvre de la solution :

Selon cet homme d'affaires, il faut dans un premier temps développer dans l'entreprise même de nouveaux procédés qui permettront de maximiser la productivité et d'abaisser le coût d'exploitation. Par la suite, le processus de veille stratégique peut renseigner l'industrie sur la façon dont des entreprises étrangères s'y prennent pour faire concurrence aux compagnies asiatiques. D'autre part, dans certains cas, il peut être plus avantageux d'établir des partenariats avec des entreprises asiatiques pour la confection de certains produits très dispendieux à confectionner au Québec. Ultiment, il faut se concentrer sur les produits qui permettent à l'entreprise d'être plus compétitive sur les marchés.