



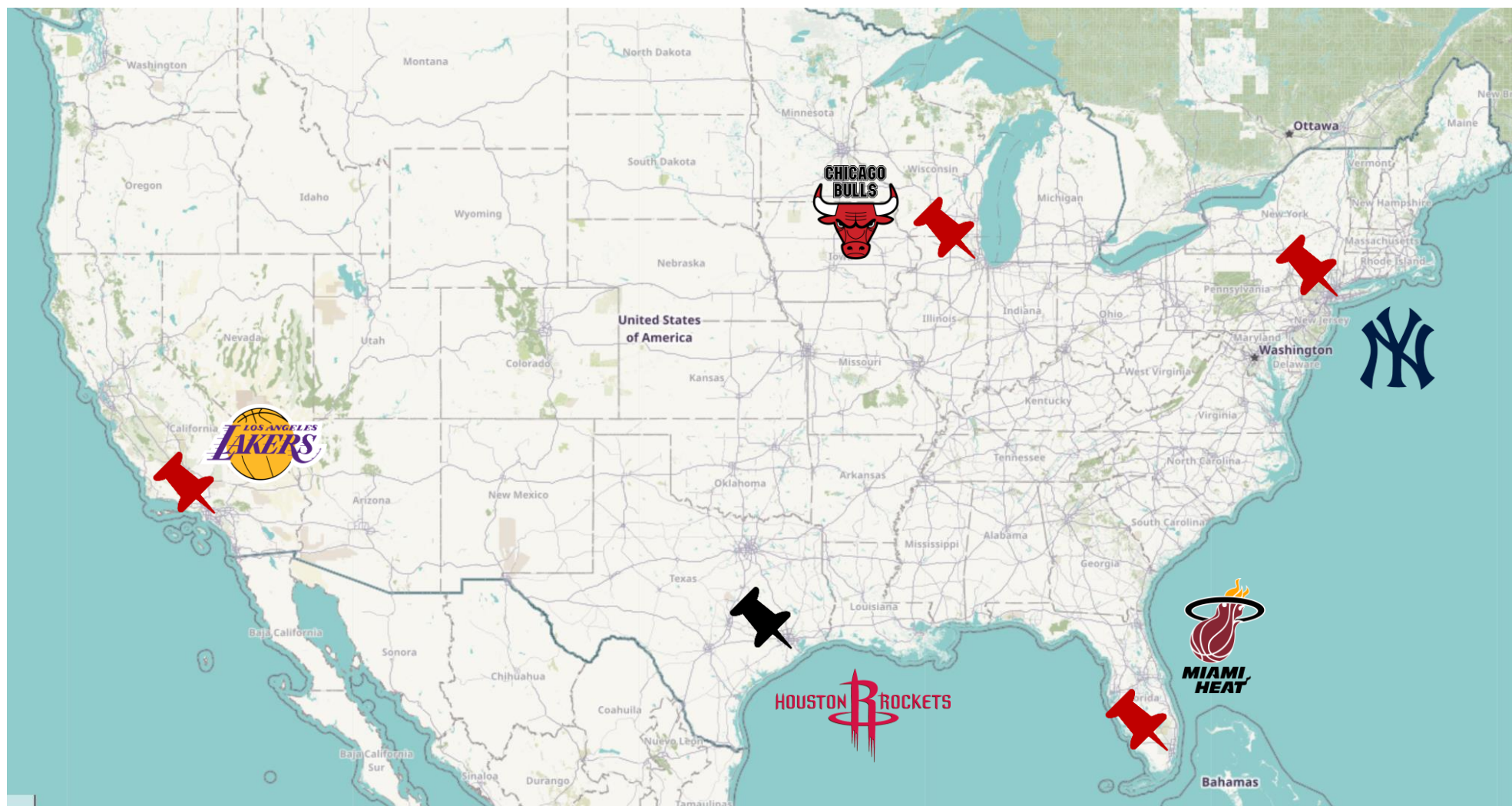
**XPAND
GROUP**

DÉVELOPPEMENT D'AFFAIRES INTERNATIONALES

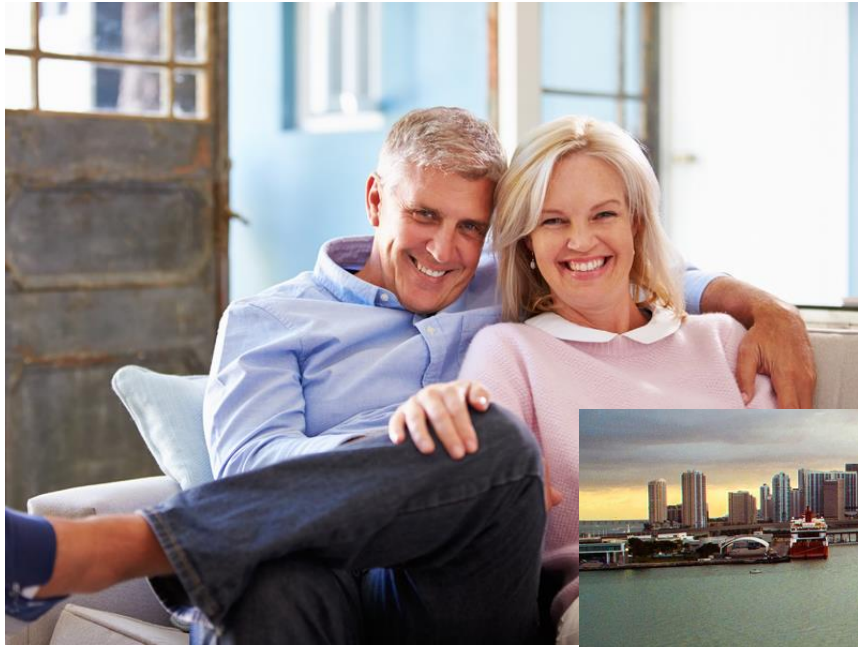
La Floride comme *HUB* régional

Vendredi le 7 décembre 2018

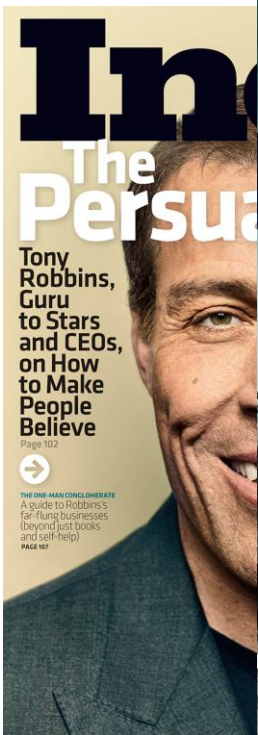
Les principaux *HUB* régionaux



La Floride: La région de son temps



Pour bien comprendre la Floride: s'informer



SOUTH FLORIDA BUSINESS JOURNAL



Démystifier l'effet snowbird

- **100 000 à 150 000** résidents permanents,
- Principalement des préretraités ou retraités,
- **350 000** canadiens passent **3 à 6 mois** par an en Floride,
- **100 000** passent **1 à 3 mois**,
- Clientèle saisonnière,
- Début de changement dans le type de snowbird,
- Approche différente que les autres groupes sociaux de la Floride,
- **21,31 M** Floridiens.



Se positionner en Floride

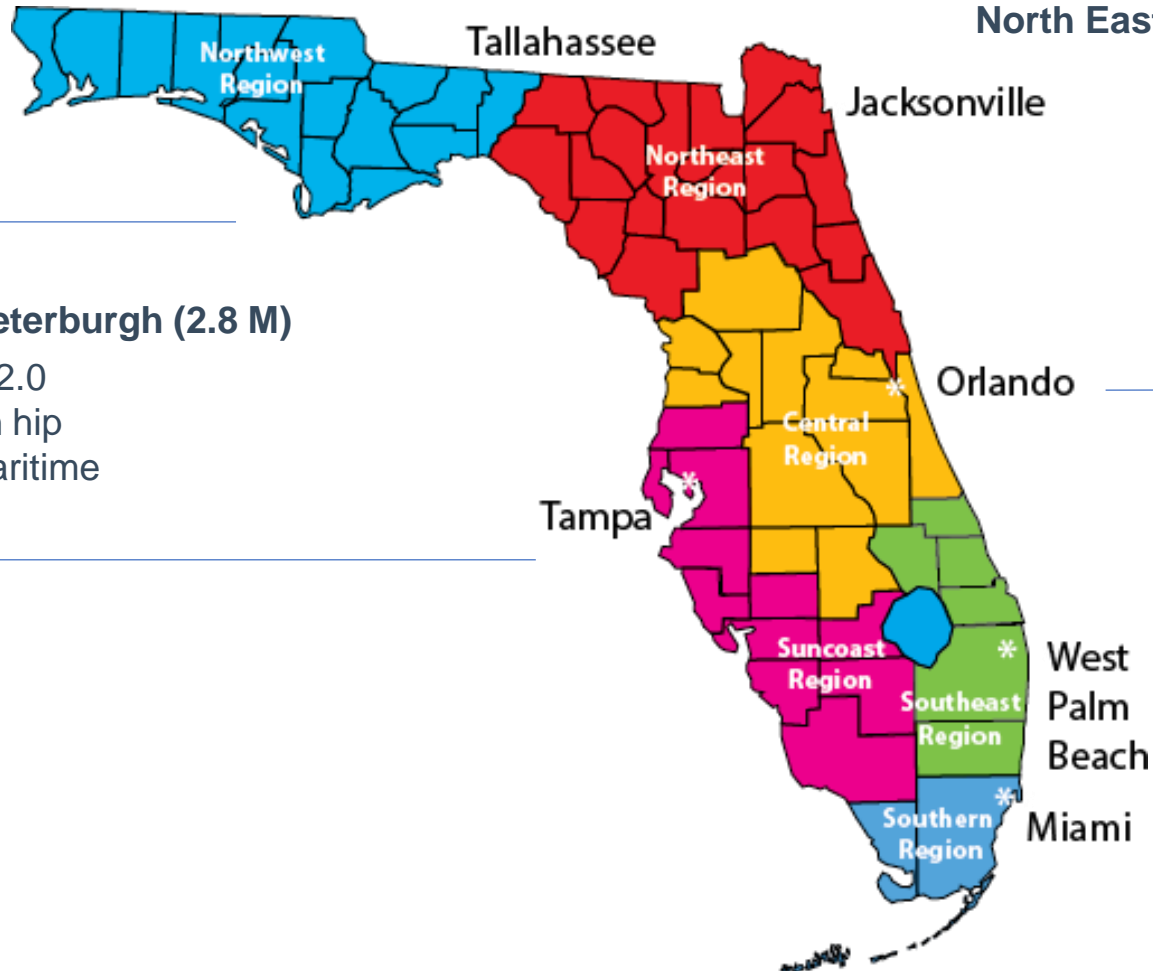
Fournisseurs de matières premières et services pour les secteurs porteurs:

North Florida (0.4 M)

- Infrastructures
- Services gouvernementaux

Tampa | St. Peterburgh (2.8 M)

- Économie 2.0
- Génération hip
- Secteur maritime



North East Florida (2 M)

Central Florida (2.8 M)

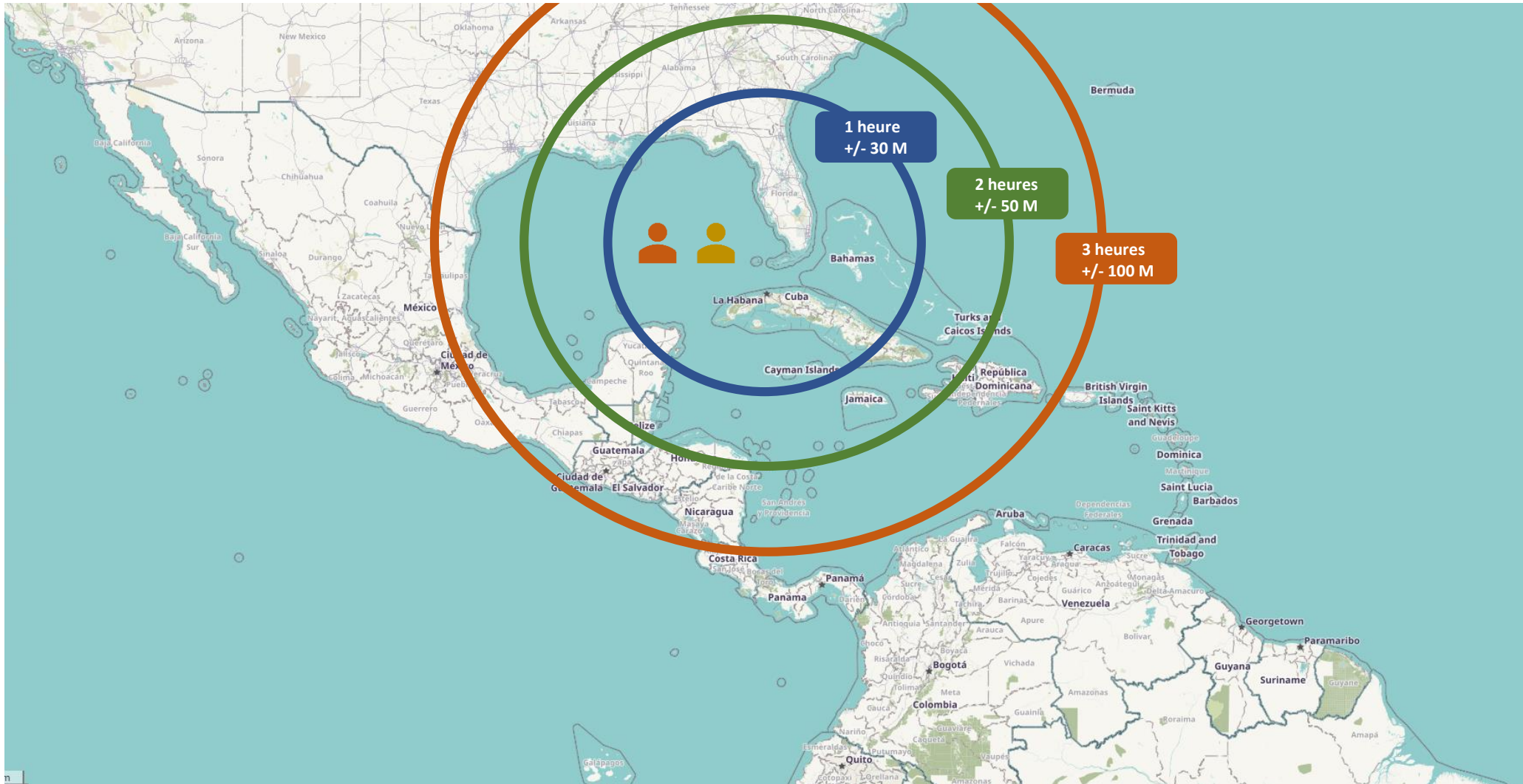
- Tourisme
- Services au bel âge
- Aéronautique

South Florida (5.8 M)

- Immobilier
- Médical
- Ingénierie de pointe
- Logistique de transport



Autres marchés accessibles



Développer la Floride oui, mais ...

- Structure doit répondre à notre réalité,
- Bien choisir son marché,



Région

South Florida

Central Florida

North East Florida

North Florida

Tampa | St. Peterburgh

Population

5,777,833

2,822,797

2,000,196

375,270

2,889,440



- Aspects logistiques,
- Aspects fiscaux.



Le climat d'affaires

- Les leçons apprises,
- Le nouveau protectionnisme,
- Le « *Old Boys Club* » (OBC),
- 2019 : « *Old Non Genders Club* ».



The Preach

- Fiches techniques,
- Site web « short & sweet »,
- Réseaux sociaux,
- Catalogues électroniques,
- Liste de prix,
- « Purchasing order »,
- Facturation / méthodes de paiement,
- Logistique P.O – Livraison.



Le modèle d'affaire

- Minimum : **Bureau virtuel**,
- « Ok » : **Répondant local**,
- Pas une fin en soi : **Distributeur**,
- Meilleur des scénarios :
 - **Filiale américaine**
 - **Partenariat**
 - **Acquisition**
- Choisir sa structure légale/fiscale.



Conclusions

- Marché intéressant,
- Beaucoup d'opportunités dans les secteurs à haute valeur ajoutée,
- Le succès passe par un engagement et des actions concrètes et récurrentes,
- Accès à plus de 21 M de consommateurs potentiels,
- Première expérience avec des risques assez limités,
- Augmente la valeur de votre entreprise.



Recommandations

- Important de bien identifier le besoin,
- Choisir la bonne structure,
- Choisir la bonne adresse,
- La stratégie doit permettre de:
 - Démontrer de l'intérêt à une offre locale,
 - Développer rapidement un réseau,
 - Assurer un suivi et une présence.



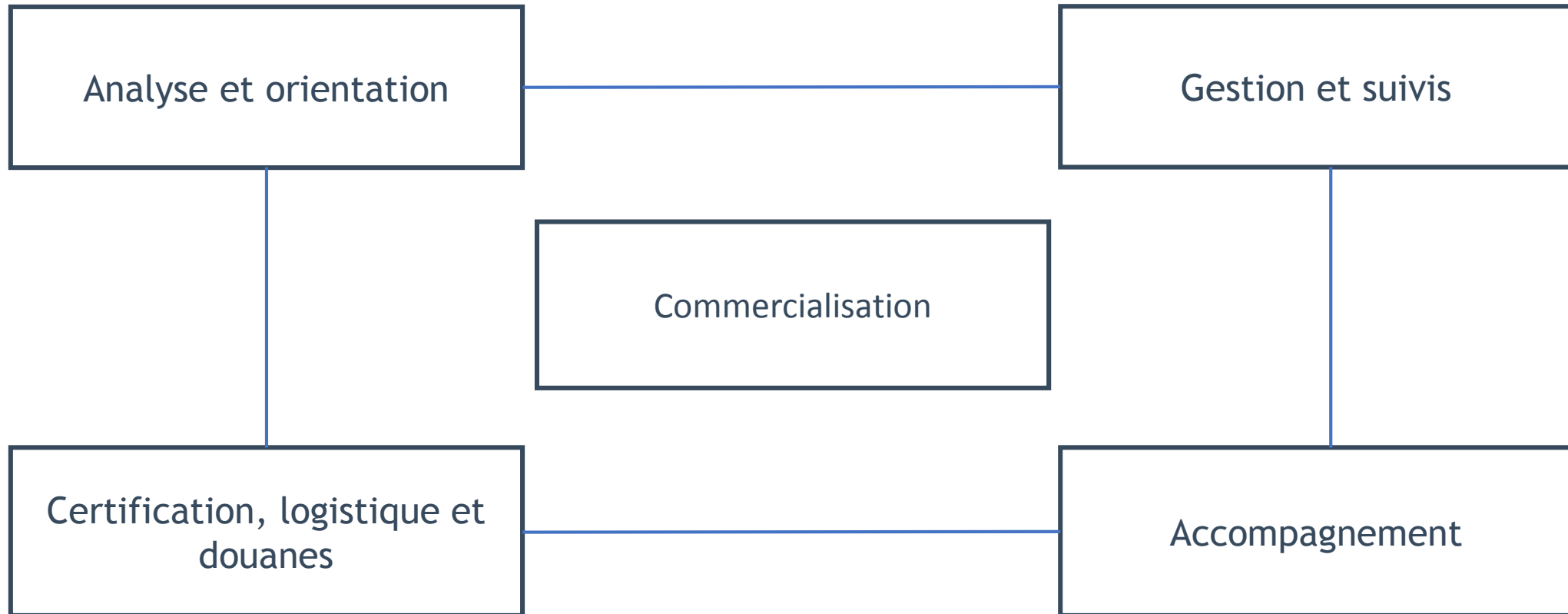


**XPAND
GROUP**

DÉVELOPPEMENT D'AFFAIRES INTERNATIONALES

- **Compagnie fondée en 2004,**
- **Places d'affaires à Montréal, Paris, Miami, New York, Costa Rica, Bruxelles,**
- **Prochaines destinations : Los Angeles & Berlin.**
- **Développement de marché pour nos clients en Floride depuis 2007,**
- **Équipe sur Miami depuis Août 2017,**
- **Présence terrain qui accélère et crédibilise les démarches.**

Principaux services





**XPAND
GROUP**

DÉVELOPPEMENT D'AFFAIRES INTERNATIONALES

MERCI!

Vendredi le 7 décembre 2018