

L'étude préliminaire devrait porter sur des questions telles que la dimension du marché, la stabilité politique et économique, la concurrence, le système de distribution et le potentiel de rendement. Cette enquête initiale apporte à la direction l'information nécessaire pour choisir les quatre ou cinq marchés que des analyses subséquentes devraient confirmer comme étant les plus intéressants. La liste qui suit rassemble quelques-unes des questions auxquelles il faut absolument apporter une réponse si l'on veut réaliser une étude approfondie.

1. Le marché

- Quels sont les barrières tarifaires, les contingents d'importation, les taxes nationales imposés sur le produit? Ces éléments ont-ils fait l'objet de modifications fréquentes par le passé?
- Quels sont la taille et le secteur du marché pour le produit?
- En fonction d'une projection de croissance, quel est le potentiel à long terme de chaque secteur?
- Existe-t-il une production nationale et jusqu'à quel point est-elle concurrentielle?
- Quels sont les principaux concurrents étrangers et quelle est leur part du marché? Quel est le concurrent étranger qui a la part la plus importante du marché et pourquoi?
- Le produit est-il supérieur à la concurrence et, si oui, dans quel domaine?
- Est-ce que les pratiques en matière de commerce font qu'à cause des coûts de transport le produit n'est pas concurrentiel?
- Le marché est-il politiquement et économiquement stable?
- La devise nationale est-elle convertible?
- Est-ce que le gouvernement impose des restrictions à la disponibilité de devises étrangères?
- Est-il possible que l'on exige un commerce de compensation? (Voir Annexe I pour obtenir plus de renseignements sur ce sujet.)

2. Le produit

- Le produit peut-il être vendu sur le marché cible ou doit-il subir des modifications et, dans ce cas, à quel coût?
- Quelle taille, quelle couleur et quelle forme les utilisateurs préfèrent-ils?
- Faudra-t-il monter le produit sur place et, dans ce cas, peut-on trouver sur place des gens ayant l'expérience voulue?
- Faut-il assurer le service après-vente? Si oui, existe-t-il sur le marché visé, des entreprises capables d'offrir ce service ou faudra-t-il former des gens sur place?
- Si le produit est nouveau, a-t-il été bien testé?
- Quels sont les règlements en matière d'emballage et d'étiquetage?
- Quelles sont les spécifications techniques auxquelles le produit doit répondre sur ce marché?
- Le produit répond-il aux normes d'hygiène et de sécurité?

3. Le prix

- Quel est le prix minimal et quel est le rendement pour différents prix?
- Le prix est-il identique ou meilleur que celui de la concurrence, tout en laissant une marge de profit confortable?
- Si le prix n'est pas compétitif, le produit peut-il malgré tout se vendre grâce à des qualités supérieures, à un meilleur service de livraison ou à un service après-vente supérieur?
- Quelles sont les conditions normales de paiement faites par les concurrents?

4. La distribution

- Quelles sont les méthodes de distribution qui existent dans le pays et quelle est la plus fiable et celle qui a le meilleur rapport coût-efficacité?
- Quelles sont les marges bénéficiaires que prennent généralement les intermédiaires dans ce secteur?