

## L'analyse de votre situation

Profitez des premières étapes du cycle de projet pour vous assurer que vous êtes en mesure de percer sur les marchés en développement. Il faut beaucoup de persévérance et un produit prometteur pour pénétrer ces marchés.

### Votre entreprise

- Pouvez-vous répondre à la fois aux besoins des marchés canadien et d'outre-mer?
- Connaissez-vous les marchés étrangers, et plus particulièrement ceux des pays en développement?
- Êtes-vous disposé à faire les frais de voyages à l'étranger pour explorer les débouchés qui s'offrent à vous?
- Pouvez-vous travailler dans une ou plusieurs des langues du commerce international? Si vous en êtes incapable, êtes-vous prêt à embaucher des traducteurs et des interprètes tant à domicile qu'à l'étranger?
- Consentez-vous à investir toutes les ressources humaines et financières qui vous permettront d'obtenir des marchés dans les pays financés par une IFI, et par conséquent liés à certaines règles de passation des marchés?
- Êtes-vous prêt à mettre sur pied des entreprises conjointes avec les sociétés du pays en développement?
- Êtes-vous prêt à faire des transferts de technologie?

### Votre produit

- Quelle est son utilité dans les secteurs économiques dont le développement est financé par les IFI?
- Son rendement est-il influencé par la chaleur, l'humidité, l'altitude, l'état des sols et autres facteurs climatiques et géographiques? Se conserve-t-il bien?
- Pouvez-vous l'expédier facilement ou les frais en seraient-ils prohibitifs?
- Son fonctionnement dépend-il d'une source de pouvoir? Moins

un pays est développé, moins il sera apte à vous fournir une source de pouvoir fiable et adéquate.

- Quels en sont les frais d'exploitation? Faut-il se procurer d'autres dispositifs avant de pouvoir s'en servir?
- Doit-il être monté et faut-il une formation spéciale pour l'utiliser?
- Devrez-vous préparer des emballages et des modes d'emploi spéciaux?
- Est-il question de normes techniques ou de règlements qui peuvent varier d'un pays à l'autre (p.ex. le voltage)?
- Dans quelle mesure devrez-vous l'adapter avant de l'exporter?
- Devrez-vous former les utilisateurs et fournir un service après-vente?
- Risquerait-il de ne pas se vendre dans certains pays, à cause d'un marché surchargé, de barrières tarifaires, de facteurs politiques, etc.?

En répondant à ces questions, vous aurez vite fait d'éliminer certains genres de pays et de déterminer ceux auxquels convient votre produit.

Il est indispensable que vous analysiez minutieusement votre situation. Si vous décidez que votre produit convient au marché et que votre entreprise est disposée à consacrer les ressources nécessaires, vous êtes prêt à explorer les débouchés des marchés en développement.

Si vous découvrez que votre entreprise fabrique un produit en demande mais qu'elle n'est pas en mesure de profiter des débouchés, vous voudrez peut-être vendre votre produit par l'entremise d'une des voies suivantes :

- le programme bilatéral de financement intergouvernemental de l'ACDI, qui consolide des projets dont les marchés sont attribués exclusivement aux fournisseurs canadiens;
- directement au PNUD ou à une des agences des Nations Unies;
- la Corporation commerciale