

---

de pénétration du marché américain. Certaines de nos recommandations sont de simples conseils pratiques qui ne relèvent que du sens des affaires mais qui, d'après nos constatations, sont parfois négligées par les sociétés lorsqu'elles abordent un marché étranger. D'autres suggestions se rapportent à la nature particulière des industries de services, notamment l'industrie des ingénieurs-conseils en environnement.

Les recommandations ci-dessous doivent, par conséquent, être prises en compte au moment où les firmes canadiennes d'ingénieurs-conseils en environnement établissent leur stratégie de pénétration du marché. La plupart s'adressent directement aux sociétés d'études canadiennes mais certaines sont destinées aux pouvoirs publics et à d'autres organisations.

1) Acquérir une entreprise ou s'assurer les services de certaines personnes sur place pourrait bien être la meilleure méthode, et la plus profitable, pour pénétrer le marché. Les contacts locaux, la réputation et les connaissances sont des éléments extrêmement importants pour obtenir des marchés de technologie environnementale dans toutes les régions des États-Unis. Faire équipe avec des partenaires locaux est utile à de nombreux égards, notamment parce que la formule réduit les risques, augmente les chances de gagner des marchés, diminue les frais de marketing et de soumission, et accroît les chances de mener l'entreprise à terme.

2) En établissant leurs succursales américaines, les sociétés canadiennes doivent leur accorder le maximum d'autonomie de façon à faciliter l'enracinement sur le sol américain. Notre examen de la question nous incite à penser que les avantages que peuvent en retirer les Canadiens proviennent des honoraires de gestion, du partage des profits, du partage des employés et des progrès techniques plutôt que de l'exercice d'un contrôle de gestion étroit depuis le Canada.