

Accessibilité des marchés

Quel sera le degré de difficulté relié à l'introduction de votre produit ou service sur un marché déterminé? On doit considérer les facteurs suivants :

- Existe-t-il des restrictions à l'importation au moyen de taxes, de droits d'importation ou de contingentement? Quelles sont les politiques et attitudes touchant les produits canadiens?
- Le degré d'accessibilité et d'acceptation des produits étrangers en général et des vôtres en particulier. Cet accès est-il en train de s'améliorer ou de se détériorer?
- Le contrôle des devises locales. Celles-ci sont-elles convertibles? Existe-t-il des accords commerciaux bilatéraux qui favorisent l'importation de biens et de services d'autres pays?

Possibilités de ventes

La demande présente et les ventes à long terme seront profondément influencées par :

- la concurrence, actuelle et future, des fournisseurs locaux;
- la différence de prix entre vos produits et les leurs;
- les nouvelles tendances par volume, valeur et pays d'origine;
- le degré d'acceptation ou de résistance du marché aux nouveaux produits ou services;
- le besoin d'acquérir des clients en adaptant les produits que vous vendez au Canada au goût et à la réglementation locaux visant la dimension, la qualité, la couleur, l'emballage ou les méthodes de vente.

Règlements

Chaque pays exerce un contrôle plus ou moins rigoureux concernant les systèmes de mesure, les normes techniques, hygiéniques et sécuritaires, l'emballage, le marquage et l'étiquetage. On recommande fortement à tout exportateur potentiel de se renseigner abondamment sur ces exigences avant de procéder à une analyse approfondie du marché.

Modalités de paiement et devises

Votre profil de marché comprendra les modalités de paiement habituelles du pays ainsi que les devises qui ont cours sur le marché cible.

On ne peut répéter assez souvent la nécessité d'exiger de nouveaux clients d'être payé au moyen de lettres de crédit confirmées et irrévocables quelles que soient les tentations d'accepter d'autres promesses dans l'euphorie initiale d'une nouvelle relation commerciale. Vous pouvez obtenir des renseignements supplémentaires auprès de n'importe quelle grande banque canadienne.

Lorsqu'ils préparent des offres, les exportateurs devraient utiliser les termes commerciaux de la Chambre de commerce internationale (CCI), dont il ne faut pas confondre le sigle avec celui des centres du commerce international (CCI) que l'on retrouve en page 13. On peut se procurer des renseignements complets en communiquant avec le Conseil canadien pour le commerce international, 1080, côte du Beaver Hall, bureau 1730, Montréal (Québec) H2Z 1T2. Téléphone : (514) 866-4334.

Distribution

Comment les importateurs du pays cible sont-ils organisés et comment préfèrent-ils travailler? Quelle est leur marge bénéficiaire ou la commission généralement demandée?

Il vous faudra beaucoup apprendre sur leurs manières favorites de mener des affaires car, si vous vous adaptez aux pratiques locales, cela pourrait parfois jouer en votre faveur au détriment d'un concurrent qui n'est pas aussi bien informé que vous.

La structure du marché local et la composition des acheteurs vous aideront à déterminer de quelle manière vous devriez distribuer votre produit. Vous faut-il un seul ou plusieurs représentants?

Il est important de nommer le ou les représentants appropriés. Posez-vous les questions suivantes : Vous demandent-ils déjà d'acquérir des clients? Connaissent-ils bien