

INTRODUCTION

Votre entreprise offre-t-elle des produits ou des services d'excellente qualité à prix concurrentiels? Seriez-vous en mesure d'augmenter votre production si vous pouviez trouver d'autres marchés? Estimez-vous avoir exploité toutes les possibilités du marché au Canada? Un acheteur américain, un délégué commercial du gouvernement canadien ou un directeur de projet du Moyen-Orient ou d'ailleurs a peut-être déjà communiqué avec vous pour vous demander des détails à propos de vos produits et s'enquérir des prix?

Maintenant, vous vous demandez s'il n'y a pas lieu de vous intéresser à l'exportation avec plus de pragmatisme.

Cette brochure vous aidera à décider si votre entreprise peut envisager l'exportation sérieusement. Rédigée à l'intention des gens d'affaires et contenant des renseignements qui proviennent d'un certain nombre d'organisations exportatrices, la brochure **Aux futurs exportateurs** explique à grands traits en quoi consiste l'exportation. Elle fournit aussi une liste de personnes-ressources et d'organisations.

Exporter, ça rapporte

De nombreuses entreprises canadiennes ont vu que l'exportation joue un rôle important dans leur croissance et leur prospérité. Les exportateurs canadiens dont les affaires vont bien sur les marchés étrangers, maintiennent les lignes de production en pleine activité et permettent d'accroître l'emploi et les bénéfices tout en atténuant la dépendance à l'égard de la base intérieure, générant des économies d'échelle et exposant les entreprises aux dernières tendances internationales.

Les exportateurs – gros, moyens et petits

Toute entreprise peut exporter, quelle que soit sa taille. Ce qu'il faut, c'est un engagement sérieux de la part de la direction, une recherche approfondie, une planification attentive et une stratégie de ventes audacieuse. Les exportateurs bien lancés affirment que pour réussir, cela exige tout autant (sinon plus) de travail que n'importe quelle autre initiative commerciale bien menée.

Il est vrai que les grosses entreprises disposent de ressources internes plus importantes à consacrer à la recherche et au développement de nouveaux marchés. Toutefois, les petites et moyennes entreprises ont, elles aussi, accès à différentes formes d'aide, lesquelles sont décrites dans la présente brochure.

Prendre la décision

Le fait d'avoir entre vos mains cette brochure montre que l'exportation vous intéresse. Mais cet intérêt vient-il à point nommé? La liste de contrôle suivante vous aidera à trancher.

- Votre entreprise a-t-elle, au Canada, une base de ventes solide?
- Avez-vous la capacité de produire davantage?

Les gens rient toujours des choses folles que l'on entreprend, jusqu'à ce qu'ils apprennent que cela nous rapporte de l'argent.

Bob Edwards, éditeur du Calgary Eye Opener de 1902 à 1922.

- Avez-vous le temps de développer des marchés d'exportation?
- Considérez-vous l'exportation comme un engagement à long terme?
- Votre marge brute d'autofinancement vous permet-elle de couvrir des périodes de recouvrement plus longues, s'il y a lieu?