

- Des moyens contractuels comme des accords de coentreprise, d'attribution de licence, des transferts de technologie, des franchises, des contrats de service, de gestion ou des projets clés en main.
- Des investissements directs, y compris des investissements en installations nouvelles, des acquisitions, des fusions ou des investissements dans des activités existantes.

Le tableau ci-dessous donne un bref aperçu analytique de la façon dont les cinq principales méthodes de pénétration d'un marché réagissent à divers éléments et caractéristiques du marché. Un double «X» veut dire que cette méthode donne une réaction marquée.

### ANALYSE DES MÉTHODES DE PÉNÉTRATION DU MARCHÉ

Critères de pénétration du marché	Expor- tation	Propre filiale	Coentre- prise ou alliance stratégique	Attribution de licence ou franchisage	Investisse- ment
<b>Facteur du marché</b>					
Demande élevée sur le marché et attirance		x	x	x	x
Demande incertaine sur le marché	xx				
Intensité du marché et réaction rapide	x		xx	x	
Infrastructure de marché bien développée...	xx		x	x	
Préférence locale			x		xx
<b>Éléments politiques et économiques</b>					
Risque politique élevé	xx				
Barrières commerciales			x	x	xx
Fluctuations et difficultés du taux de change	xx				
Exigences de contenu ou de propriété nationale			x	x	xx
Fiscalité, restrictions sur le rapatriement des fonds et les redevances	x		x		
Protection de la propriété intellectuelle	x	x	x	xx	x
<b>Importance stratégique</b>					
Concurrence locale en forte croissance		x	xx	x	xx
Accès à la R-D sur le marché visé			x		xx
Grande importance stratégique et géopolitique pour toute la région		x	x	x	xx
Fortes possibilités d'apprentissage, renseignements précis sur les clients et les concurrents		xx	x		x

*suite à la page suivante*