

- Les entreprises provinciales de commerce général.
- Les entreprises provinciales de commerce spécialisé.

Une entreprise canadienne ne doit pas s'attendre à pouvoir conclure une entente de distribution ou de représentation avec une société vietnamienne par télécopie. Il est absolument nécessaire de se rendre sur place afin d'évaluer le marché et les partenaires éventuels. Une entreprise doit en premier lieu connaître les capacités de son partenaire vietnamien. Étant donné le manque de devises étrangères, certaines entreprises vietnamiennes connaissent mieux le commerce de contrepartie; d'autres peuvent obtenir des lettres de crédit et en honorer les termes. L'expérience varie beaucoup d'une entreprise à l'autre, aussi l'exportateur canadien a-t-il intérêt à procéder par petits envois au début afin de mettre son partenaire à l'épreuve et de sonder le marché visé.

Par ailleurs, il est conseillé de fixer les modalités des échanges avant expédition : modalités de paiement, somme à payer à l'avance et solvabilité de l'importateur.

### **L'ABC de l'exportation vers le Viet Nam**

Actuellement, le Viet Nam n'offre que des débouchés limités aux exportateurs canadiens. Avant d'y exporter, une entreprise doit étudier en détail le marché visé et déterminer ses priorités, avant d'essayer de vendre ses produits ou de conclure des ententes de représentation. La façon de procéder qui est généralement suivie sur la plupart des marchés d'exportation fonctionne mal au Viet Nam.

#### **a) Évaluer le potentiel d'exportation**

Une entreprise n'ayant aucune expérience dans l'exportation vers l'Asie du Sud-Est doit réévaluer son potentiel réel au Viet Nam. Les exportations ne réussissent pas à toutes les entreprises, surtout dans ce pays : il est donc essentiel de connaître la région. Ne faites pas du Viet Nam votre premier, ni même votre deuxième marché d'exportation. Même si un produit est fin prêt pour le marché international, il ne convient pas nécessairement à l'un des marchés les plus pauvres au monde. L'entreprise doit se demander à quel besoin son produit ou service répond au sein du marché vietnamien : est-ce qu'il fait partie des priorités du gouvernement?

#### **b) Cibler le marché**

Si une entreprise estime qu'il est possible d'exporter au Viet Nam, la prochaine étape consiste à cibler le marché et à évaluer le potentiel du produit, les barrières tarifaires et non tarifaires ainsi que les voies locales de distribution. Actuellement, les réseaux de distribution au Viet Nam sont très peu développés. Étant donné que la distribution et la représentation ne sont pas réglementées, l'accès au marché ne sera pas facile à déterminer.

#### **c) Déterminer les aspects techniques et financiers**

Il vous faudra connaître les différents modes d'expédition, les exigences en matière d'emballage et les principales conditions de paiement. Le Viet Nam manque de devises étrangères, aussi les entreprises locales ont-elles de grandes difficultés à se procurer des biens et services à l'étranger.