

au débutant. En général, la concurrence est beaucoup plus forte sur le "meilleur" marché. Par conséquent, la prochaine étape est de faire soigneusement des recherches sur deux ou trois marchés qui, selon l'analyse préliminaire, semblent le plus prometteurs. Ces marchés peuvent être des villes, des pays ou des régions. Cette dernière étude devrait comprendre les éléments suivants:

- le pouvoir d'achat et les habitudes du consommateur
- la demande actuelle et les possibilités de croissance
- les taxes à l'importation, les droits de douane, l'évaluation, les quotas, les permis et les acomptes (s'il y a lieu), les statistiques d'importation et les tendances
- la production nationale de produits similaires
- la différence entre les prix des produits nationaux et des produits importés
- la majoration à tous les niveaux
- le contrôle du marché
- l'attrait des nouveaux produits
- les méthodes usuelles de vente et la façon d'établir les prix
- les conditions de paiement
- les exigences d'étiquetage et d'emballage
- les standards techniques de santé et de sécurité
- les règlements concernant les agents de conservation et les niveaux de résidus de pesticides
- le système d'achat
- les réseaux normaux de distribution

- la promotion des ventes
- le volume des stocks
- les coûts, les routes et la disponibilité des transports
- les exigences de l'assurance et la documentation requise à cet effet.

Les voyages d'évaluation du marché

La dernière étape dans le choix d'un marché est le voyage sur le terrain. Bien qu'elle ne soit pas absolument nécessaire, une visite sur place pour confirmer le résultat de la recherche, et rencontrer les clients éventuels est souhaitable. L'entrepreneur peut faire ce voyage tout seul, peut-être avec l'aide financière du gouvernement, ou encore en tant que membre d'une mission commerciale du gouvernement ou de l'industrie. Il faut noter que les exportateurs qui désirent faire partie d'une mission commerciale doivent contacter les ministères appropriés suffisamment à l'avance pour se mettre au courant du futur programme de travail car la liste de participants est souvent rédigée un an à l'avance.

Avec une approche systématique, l'entrepreneur augmentera ses chances de succès et tirera le maximum de son efficacité.

1. Visitez le marché. Il faut que l'exportateur réunisse tous les renseignements possibles sur la concurrence qu'il devra affronter, sur les réseaux de distribution et sur les différents acteurs qui entreront en jeu. Rien ne remplace une visite personnelle sur le marché. Un rendez-vous avec l'agent responsable pour le secteur agro-alimentaire du Consulat général du Canada local est très utile. Les agents du gouvernement sont une ressource de connaissances indispensable, et ils sont prêts à aider l'exportateur en toute circonstance.