

1. Pourquoi ont-ils traversé l'Atlantique?

Chaque entreprise a suivi un raisonnement qui lui était particulier. Les principaux facteurs décisifs ont été les suivants :

Insatisfaction devant le rendement des représentants. Ce facteur était surtout présent chez les entreprises de haute technologie, dont les produits ne peuvent être vendus que par des gens possédant des connaissances techniques considérables.

L'effet 1992. Certaines entreprises craignaient que le marché européen ne se ferme complètement et voulaient s'y faire une place avant qu'il ne soit trop tard.

Profiter d'occasions de commercialisation conjointe. Certaines entreprises ont déniché une entreprise européenne dont les produits complètent parfaitement les leurs.

Recherche de nouveaux marchés pour des produits innovateurs. Certaines ont trouvé que la vente de ces produits en Europe avait permis d'amortir très rapidement les coûts irrécupérables.

Surveillance du réseau de distribution. Certaines entreprises jugeaient nécessaire d'apporter une aide à leur réseau de représentants, dans le domaine technique et dans la mise en marché.

Exporter un savoir-faire protégé dans un secteur d'intérêt national élevé. Dans des secteurs tels que la défense, il est généralement pratiquement impossible d'exporter un produit canadien lorsqu'on n'est pas perçu comme un intervenant «local».

Échapper aux contraintes du marché intérieur du point de vue de l'expansion. Certaines entreprises voulaient un accès facile aux 375 millions de consommateurs européens.

Tirer profit des débouchés existants. Certaines entreprises ont décidé de s'installer en Europe lorsqu'on leur a fait une proposition intéressante. Toutefois, elles n'avaient pas cherché à y développer leurs activités.