



finalement connaître le succès. Il importe aussi de savoir qu'une entreprise de ce genre ne représente pas un engagement à court terme. Se lancer dans un nouveau marché au gré des projets qui seront offerts est une stratégie à la vue courte, vouée à l'échec à plus ou moins brève échéance. Le véritable engagement est l'engagement à long terme, synonyme de solidité.

Si l'on voulait présenter l'autre côté de la médaille, on imaginerait le consultant canadien en environnement qui trouve un partenaire étranger ayant du capital et des bonnes relations avec l'État, de sorte que si des contrats publics sont impartis, la coentreprise a de bonnes chances d'en obtenir. En outre, un lien de confiance mutuelle doit s'établir entre les deux partenaires et chacun doit être prêt, au moment de la négociation, à fournir des ressources équivalentes en capital, en personnel ou en matériel.

Pour pouvoir faire de la consultation en environnement sur le marché international, il faut connaître les risques commerciaux qui y sont associés, avoir une bonne connaissance de la culture, de la langue et de ses nuances et, certainement, connaître les lois sur le commerce et l'environnement. Sans ces connaissances, l'entrepreneur qui veut se lancer sur les nouveaux marchés de l'environnement devra avoir beaucoup de chance ou subir les pertes financières qui l'attendent presque inévitablement.

Tels sont les mythes et les réalités concernant les activités commerciales dans les nouveaux marchés de l'environnement.

Préparé par:

M. Gilles Potvin

Agent de l'industrie de l'environnement

Directions des débouchés commerciaux

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international

125, promenade Sussex

Ottawa (Ontario) K1A 0G2

Tél: (613) 996-1431

Fax: (613) 943-8820

Courier électronique: gilles.potvin@extott16.x400.gc.ca

*: les coordonnées des auteurs de la communication originales sont disponibles sur demande.