

Le marché pan-européen du logiciel

Même s'il existe des débouchés intéressants, les entreprises qui envisagent de se lancer sur le marché morcelé du logiciel en Europe devront tenir compte de plusieurs facteurs.

Un document provenant de Bruxelles révèle qu'il y a généralement quatre intervenants dans le processus de distribution d'un logiciel : le fournisseur (éditeur ou concepteur), le distributeur, les intermédiaires locaux (revendeurs) et le client.

Les grands fournisseurs européens sont pratiquement absents de la scène européenne. En fait, les dix principaux concepteurs de logiciels pour ordinateurs personnels établis en Europe sont nord-américains et détiennent 75 % du marché. La plupart des fournisseurs se positionnent sur le marché local.

Les grands distributeurs semblent mener une politique pan-européenne, mais, en réalité, leur stratégie est fortement régionalisée.

D'ailleurs, seuls quelques-uns peuvent être considérés comme pan-européens. Dans la pratique, eux aussi semblent mener une stratégie régionale.

Par ailleurs, les exportateurs canadiens de logiciels ne doivent pas non plus négliger le rôle essentiel des distributeurs. Le fournisseur doit assurer un soutien et un suivi continuel auprès du distributeur.

À cet égard, un bon lobbying peut porter fruit. Si le fournisseur n'agit pas ainsi, il risque de disparaître de l'avant-plan, au bénéfice de concurrents plus dynamiques, et de tarir l'enthousiasme des revendeurs à l'égard de ses produits.

On peut avancer différentes raisons pour expliquer cette faible présence européenne et la politique régionale. Entre autres :

- Les différences régionales (comme la langue, les phénomènes culturels et les diverses réglementations).
- La dure politique des fournisseurs nord-américains à l'égard notamment de leurs systèmes d'exploita-

tion brevetés qui est souvent jugée de manière négative en Europe.

- L'absence d'éventuelles économies d'échelle, ce qui est sans doute l'un des facteurs les plus importants de la réussite des sociétés nord-américaines et du rôle marginal que continuent à jouer les intervenants européens.
- Dans le contexte d'une Europe morcelée, les concepteurs de logiciels ne peuvent pas ouvrir de grands marchés sans avoir à adapter continuellement leurs produits. Les sociétés américaines réussissent d'abord à assurer leur marge brute d'autofinancement sur le marché local, avant de s'attaquer au marché européen.
- Enfin, le manque de capital de risque (un problème qui vaut également pour les fournisseurs canadiens) exerce lui aussi une influence négative sur les possibilités de croissance des concepteurs européens de logiciels.

Et les revendeurs locaux? Les stratégies des principaux distributeurs varient d'un pays à l'autre. Aucun réseau de revendeurs ne domine le marché pan-européen.

Les spécialistes insistent toutefois sur l'importance essentielle de bien choisir un réseau local de revendeurs. Ces intervenants sont la force de votre stratégie de marché.

Les exportateurs canadiens ne peuvent sous-estimer les différences

régionales.

Dès lors, il convient de se méfier des revendeurs qui affirment occuper une position de force dans plusieurs autres pays européens. Ce n'est souvent pas le cas.

Il y a finalement le client, sans doute le plus européen de tous les intervenants. Le client achète des produits provenant des quatre coins du monde. Il connaît les prix qu'il a vus dans des revues internationales réputées. Cela signifie, par exemple, que les mesures prises aux États-Unis seront immédiatement exigées sur le marché local.

À cet égard, vous pourriez, lors de votre prochaine visite en Europe, entrer quelques instants dans un magasin de journaux afin de jeter un coup d'oeil sur le choix de publications informatiques.

Le slogan « pensez globalement et agissez localement » peut tout aussi bien se lire « agissez globalement et pensez localement ».

Définissez vos objectifs de façon globale, mais sachez qui sont vos clients et recherchez les intermédiaires appropriés.

Pour de plus amples renseignements sur ce marché, communiquer avec Freddy Dutoit, agent commercial, ambassade du Canada, 2, avenue Tervuren, 1040 Bruxelles, Belgique. Tél. : (011-32-2) 741-06-20. Fax : (011-32-2) 741-06-06.

Lettres de crédit internationales

Une étude comparative sur la *Réglementation applicable aux lettres de crédit advenant un conflit de loi* a été produite par Audy Gozlan de l'étude montréalaise Amar Elhadad et Associés. Ce document, offert en format classeur, est susceptible de servir d'ouvrage de référence aux sociétés oeuvrant dans le domaine du commerce international. Il s'agit en effet d'un traité approfondi de droit financier des entreprises. On y aborde, entre autres sujets, les divers systèmes juridiques, notamment canadiens (d'origine britannique et française), américain et européens. On y explique également comment choisir l'intervenant le mieux qualifié pour mener à bien une transaction donnée. Pour commander un exemplaire ou obtenir de plus amples renseignements, communiquer avec Audy Gozlan, à Montréal. Tél. : (514) 878-1532. Fax : (514) 878-4761.