

fiscales, les sources de financement, la nécessité d'effectuer une recherche minutieuse des nouveaux débouchés commerciaux, le milieu commercial étranger, les moyens de transport pour faire parvenir votre produit ou service au marché visé, ainsi que les mesures à prendre en vue de protéger votre propriété intellectuelle.

Avant de lancer votre projet d'exportation, réfléchissez aux questions suivantes :

- *Ressources humaines et financières* : Avez-vous la capacité de faire face à la demande supplémentaire associée à l'exportation, des systèmes internes efficaces pour réagir rapidement aux demandes d'information des clients, des employés ayant de bonnes compétences en marketing et qui sont sensibles aux différentes cultures, des marges de crédit ou des capitaux suffisants pour fabriquer le produit ou fournir le service et des cadres supérieurs qui appuient vos objectifs d'exportation?
- *Concurrence* : Avez-vous un produit ou un service unique et/ou concurrentiel dans votre marché cible, des méthodes éprouvées et sophistiquées d'entrée sur le marché ainsi qu'une étude de marché qui confirme la viabilité potentielle de votre produit ou de votre service dans le marché cible choisi?

- *Attentes* Avez-vous : des objectifs d'exportation clairs et réalisables, une idée réaliste de ce que nécessite l'exportation, une ouverture à de nouvelles méthodes de faire des affaires et la compréhension de ce qui est nécessaire pour réussir sur le marché international?

Êtes-vous prêt à relever les défis et à répondre aux demandes du commerce international? Tenez compte des éléments suivants :

- L'exportation comporte plusieurs coûts à court terme, tels que des déplacements supplémentaires, la production de nouveaux matériels publicitaires et l'embauche de représentants de vente additionnels. Si vous croyez gagner de l'argent rapidement, vous serez probablement déçu.
- Les risques financiers peuvent être plus élevés, bien que de nombreuses options existent maintenant pour réduire de tels risques.
- Il y a beaucoup de paperasserie pour satisfaire aux exigences de l'administration fédérale canadienne et des gouvernements étrangers.
- Il est possible que les produits ou l'emballage aient à subir des modifications pour réussir sur les marchés d'outre-mer.

1