
B. LISTE DE CONTRÔLE POUR LES ENTREPRISES CANADIENNES QUI ENVISAGENT DE S'IMPLANTER SUR LE MARCHÉ INDIEN

La liste qui suit a été établie à l'intention des entreprises canadiennes qui envisagent de se lancer sur le marché indien. On y répond aux questions fréquentes des entreprises à la recherche de conseils sur les meilleurs moyens d'aborder ce marché. Nous espérons que ces indications aideront les entreprises orientées vers le marché mondial à se bien préparer à faire des affaires en Inde.

1. Penser mondialement, mais agir localement

Voilà un sage conseil pour les gens d'affaires qui cherchent à exploiter les marchés étrangers. Bon nombre d'entre nous croient que les experts sont nécessairement loin de nous, alors que, bien souvent, nous pouvons obtenir des renseignements sûrs et de judicieux conseils, sans chercher bien loin, d'une agence locale de développement économique, d'un chercheur spécialisé en information commerciale, d'un conseiller commercial, d'un avocat, d'une comptable, d'un banquier ou d'une bibliothécaire. Si vous ne connaissez pas de tels professionnels, consultez les pages jaunes de l'annuaire local.

2. Votre entreprise est-elle prête à exporter?

La commercialisation à l'échelle internationale coûte cher. Nous savons d'expérience que les gens d'affaires qui ne font pas de fréquents voyages en Inde doivent consacrer beaucoup de temps et d'argent à l'établissement de relations d'affaires en Asie du Sud. Il faut compter plusieurs voyages de prospection, qui coûtent en moyenne 7 000 \$ pour deux semaines, avant de pouvoir conclure un marché. Le marché indien n'est pas de ceux où l'on peut prospecter la clientèle assis derrière un bureau. Nous sommes en mesure d'affirmer que ce sont les entreprises ayant un chiffre d'affaires d'au moins un million de dollars et qui possèdent les ressources financières, administratives, techniques et humaines nécessaires pour assurer une présence constante sur le marché indien qui réussissent à s'y implanter.

Par ailleurs, les programmes de financement des activités de promotion commerciale du gouvernement fédéral, comme le Programme de développement des marchés d'exportation (PDME) et le Programme de coopération industrielle de l'Agence canadienne de développement international (ACDI), tiennent maintenant compte de ce facteur. L'entreprise qui évolue avec succès sur le marché indien se distingue surtout par l'envergure de ses ressources techniques, financières et de gestion, son expérience poussée à l'échelle internationale et sa volonté bien arrêtée d'évoluer sur les marchés mondiaux. Bien que la société canadienne reconnaisse aux entreprises le droit de choisir librement leurs marchés étrangers, si vous n'avez