

- Existe-t-il des accords commerciaux bilatéraux qui favorisent l'importation de biens et de services d'autres pays?

Possibilités de ventes

La demande présente et les ventes à long terme seront profondément influencées par :

- la concurrence, actuelle et future, des fournisseurs locaux;
- la différence de prix entre vos produits et les leurs;
- les nouvelles tendances par volume, valeur et pays d'origine;
- le degré d'acceptation ou de résistance du marché aux nouveaux produits ou services;
- le besoin d'acquérir des clients en adaptant le produit que vous vendez au Canada au goût et à la réglementation locaux visant la dimension, la qualité, la couleur, l'emballage ou les méthodes de vente.

Réglementation

Chaque pays exerce un contrôle plus ou moins rigoureux concernant notamment les systèmes de mesure, les normes techniques, hygiéniques et sécuritaires, l'emballage, le marquage et l'étiquetage. On recommande fortement à tout exportateur potentiel de se renseigner abondamment sur ces exigences avant de procéder à une analyse approfondie du marché.

Modalités de paiement et monnaie

Votre profil de marché comprendra les modalités de paiement habituelles du pays ainsi que les devises qui y ont cours.

On ne peut répéter assez souvent combien il est nécessaire d'exiger de la part de nouveaux clients d'être payé au moyen de lettres de crédit confirmées et irrévocables, quelles que soient les tentations d'accepter d'autres promesses de paiement dans l'euphorie d'une nouvelle relation commerciale. Vous pouvez obtenir des renseignements supplémentaires auprès de n'importe quelle grande banque canadienne.

Pour la préparation d'offres, les exportateurs devraient utiliser les termes commerciaux de la Chambre de commerce internationale (CCI).

Pour obtenir des renseignements complets, veuillez communiquer avec le Conseil canadien pour le commerce international, 50 rue O'Connor, pièce 1011, Ottawa (Ontario) K1P 6L2; tél. : (613) 230-5462; téléc. : (613) 230-7087.

Distribution

Comment les importateurs du pays cible sont-ils organisés et comment préfèrent-ils travailler? Quelle est leur marge bénéficiaire ou la commission généralement demandée?

Il vous faudra beaucoup apprendre sur leurs manières favorites de mener des affaires car, si vous vous adaptez aux pratiques locales, cela pourrait souvent jouer en votre faveur au détriment d'un concurrent qui n'est pas aussi bien informé que vous.

La structure du marché local et la composition des acheteurs vous aideront à déterminer de quelle manière vous devriez distribuer votre produit. Vous faudra-t-il un seul agent ou plusieurs représentants?

Il est important de nommer le ou les agents appropriés. Posez les questions suivantes : Sont-ils très motivés pour vous procurer de nouveaux clients? Connaissent-ils bien votre industrie? Quels concurrents (pays, organisations) représentent-ils déjà? Faites le bon choix dès le départ, car les lois de nombreux pays rendent onéreux tout changement ultérieur. Essayez de vous protéger autant que possible, par exemple, en concluant un accord de représentation pour une période d'essai d'un an pendant laquelle le représentant devra atteindre certains objectifs, à défaut de quoi il pourra être remplacé.

Devriez-vous constituer un inventaire local? Quels devraient être le volume et la fréquence de vos expéditions? Vous devez vous renseigner sur la qualité et le coût du transport international et du transport intérieur, à partir du port d'entrée, ainsi que sur les possibilités de négocier le prix des produits pour des expéditions répétées. Si vous n'avez pas suffisamment de connaissances à ce sujet, des transitaires peuvent vous aider. [On peut obtenir le répertoire des transitaires à Industrie Canada, tél. : (613) 954-5031.]

Dans vos rapports avec les agents, gardez à l'oeil les produits complémentaires et évitez les lignes de produits de la concurrence.