

### 3. LE CHOIX D'UN ASSOCIÉ EUROPÉEN

#### 3.1 L'Europe et le reste du monde

À l'aube de 1992 et de l'unification économique de l'Europe, le marché européen se développe deux fois plus rapidement que le marché nord-américain. Les états financiers des entreprises de logiciels et de matériel démontrent que, pour l'ensemble de 1990, les ventes n'ont connu pratiquement aucune augmentation en Amérique du Nord, tandis qu'elles s'accroissaient considérablement outre-Atlantique. Pour la plupart des établissements nord-américains, les revenus de l'étranger sont maintenant indispensables à la survie de l'entreprise et ne peuvent plus être considérés comme un appoint quasi gratuit, provenant d'un marché que l'on peut desservir sans trop se préoccuper de fournir le soutien nécessaire. La planification efficace de l'implantation en Europe est devenue un facteur crucial, car les dimensions du marché européen des techniques de l'information dépasseront celles du marché nord-américain, après l'unification prévue en 1992. Le tableau suivant décrit l'évolution des ventes que réalisent dans les différentes régions du monde les 100 plus importantes entreprises spécialisées dans les techniques d'information :

#### 3.2 L'indispensable : une préparation soignée

L'entreprise canadienne qui désire s'implanter dans un pays d'Europe en s'associant à un associé qui en est originaire doit avant tout s'y préparer avec soin. Il lui faudra notamment s'informer des tendances technologiques, des échelles de prix locales, des associations industrielles établies dans le pays en cause et de l'évolution culturelle et politique de celui-ci. On peut donc dire que tous les renseignements valent d'être scrupuleusement analysés. Une vive concurrence s'est déjà amorcée pour attirer l'attention des grands réseaux de distribution européens et l'on s'attend que le diffuseur de logiciels canadien désireux de les exploiter en connaisse tous les rouages. Avant de traduire un produit ou de choisir un lieu d'établissement, il faut être au courant de la situation linguistique du pays visé et de ses exigences juridiques. Toutes ces précautions ne coûtent généralement pas très cher; on peut par exemple s'abonner aux publications européennes spécialisées

	1987	1988 (en milliards de dollars canadiens)	1989
États-Unis	94,9	103,8	108,6
Europe	71,3	82,9	89,0
Asie et Pacifique	51,7	66,5	71,5
Autres	13,1	15,8	17,7
<b>Total</b>	<b>231,0</b>	<b>269,0</b>	<b>286,8</b>

Le taux de croissance des revenus, d'une année à l'autre, s'exprime ainsi :

	1987	1988 (en pourcentage)	1989
États-Unis	9,1	9,3	4,7
Europe	27,2	6,3	7,4
Asie et Pacifique	5,3	28,8	7,6
Autres	16,0	21,0	11,7
<b>Total</b>	<b>199,7</b>	<b>232,7</b>	<b>248,1</b>