

- Exporter vers la CE. Pour les entreprises qui y sont déjà et dont le produit se comporte bien, Europe 1992 ne présente pas beaucoup de risques. Au contraire, il y aura vraisemblablement des occasions plus grandes d'élargir leur marché. Pour celles qui n'y sont pas déjà et qui veulent profiter éventuellement de ce nouveau marché, il y aurait intérêt à rentrer déjà sur l'un des marchés nationaux; ceci signifie identifier le bon pays, le bon créneau, les bons partenaires dans les réseaux de distribution et les bons agents commerciaux.

- Protéger sa part du marché canadien et des marchés tiers. Ceci signifie pour plusieurs entreprises canadiennes, accroître leur efficacité et adopter rapidement les normes internationales. La nécessité pour les entreprises canadiennes d'aller déjà dans ce sens afin de se préparer à l'ouverture avec les États-Unis, constitue un atout important et montre qu'elles peuvent prendre quelques coudées d'avance sur leurs éventuels concurrents européens.