

ÉBAUCHE

INSTRUMENTS D'EXPANSION DES MARCHÉS D'EXPORTATION

Introduction

Les instruments et activités du secteur public visant à favoriser l'expansion des marchés d'exportation sont essentiellement conçus pour jouer un rôle d'appui aux initiatives d'exportation du secteur privé. Les objectifs concrets des activités du secteur public dans ce domaine sont notamment l'identification d'opportunités, la communication de ces opportunités au secteur privé, et l'octroi d'une aide variable aux entreprises privées pour leur permettre d'exploiter ces opportunités. Certaines des activités du secteur public qui sont plus particulièrement destinées à "développer" de nouveaux marchés ne peuvent généralement pas être assumées par le secteur privé car elles ne pourraient produire de profits ou de résultats concrets avant de longs délais.

Il existe divers mécanismes pour identifier les nouvelles opportunités, notamment les rapports adressés au Ministère par ses délégués commerciaux à l'étranger, dans le cadre de leurs activités courantes. Les informations pertinentes peuvent être communiquées aux exportateurs, ou demandées par ceux-ci, soit directement, soit par le truchement des bureaux régionaux du MEIR, des services des gouvernements provinciaux, et des administrations centrales des Affaires extérieures, du MEIR et d'Agriculture Canada. Selon la nature et les circonstances de chaque demande d'information ou de chaque activité commerciale, les ministères concernés peuvent avoir recours à divers types d'instruments ou prendre des initiatives conjointes.

L'un des aspects fondamentaux de la recherche d'opportunités commerciales concerne l'évaluation des atouts et faiblesses des concurrents. Il y aurait en effet peu d'intérêt à poursuivre une initiative commerciale face à une concurrence occupant une position de force écrasante.

Inventaire des instruments d'expansion des marchés

Lorsqu'une opportunité est jugée appropriée pour une entreprise canadienne, eu égard à quatre critères fondamentaux de commercialisation, c'est-à-dire produit, prix, lieu (région/transport) et promotion, le secteur public peut souvent contribuer utilement à son exploitation. Tout comme les entreprises privées doivent faire face à la concurrence internationale au niveau du produit, du prix, du transport et de la promotion, le secteur public est lui aussi fréquemment obligé de faire face à une concurrence internationale qui s'exerce au niveau des activités de promotion et d'aide à l'expansion des marchés entreprises par les gouvernements dans l'intérêt du secteur privé. Exemple intéressant: la visite de la Reine en Chine, l'an dernier, à l'occasion de laquelle des hommes d'affaires britanniques ont pu accueillir des représentants des autorités chinoises sur le yacht royal Britannia, dans le port de Shanghai.

Les principaux mécanismes de promotion ou instruments d'expansion des marchés traditionnellement utilisés par le secteur public sont les suivants: