

## LES FACTEURS ÉCONOMIQUES

L'entreprise devrait acquérir une bonne connaissance de l'orientation de l'économie locale en recueillant des renseignements sur :

- les perspectives économiques, les forces de l'économie, la stabilité de la devise, les possibilités de croissance du marché;
- les modes de dépense des personnes en dépenses par habitant, décomposées par groupe de revenu, pourcentage des montants consacrés aux marchandises importées, projections de croissance;
- les priorités économiques, les niveaux d'épargne et d'investissement;
- l'importance et les caractéristiques de la population active;
- les indicateurs financiers comme la dette par habitant, le déficit, la balance des paiements, le taux de change et les réserves fédérales en devises;
- les priorités ou les politiques de gestion économique en ce qui concerne l'inflation, la dévaluation, la réduction du déficit, etc.

## LES CONSIDÉRATIONS TECHNOLOGIQUES

Certaines entreprises peuvent avoir besoin de capacités techniques locales. Dans de tels cas, elles devront répondre à des questions comme celles qui suivent :

- Est-il facile d'accéder à de nouvelles technologies qui peuvent avoir des conséquences sur l'entreprise, ses produits ou ses services? La société peut-elle être assurée d'avoir accès à une infrastructure locale de recherche?
- Y a-t-il une protection satisfaisante, au moyen de brevets ou de marques de commerce, de la technologie transférée dans ce pays?
- Y a-t-il un accès raisonnablement fiable et peu coûteux aux services à accès direct ou aux réseaux de télécommunications?
- Quelles sont les caractéristiques de la main-d'œuvre scientifique et technique?
- Quelles sont les dépenses en recherche et développement par habitant sur le marché cible?

## LES FACTEURS DU MARCHÉ

La plupart des entreprises voudront connaître les indicateurs généraux du marché comme :

- les chiffres d'importation et d'exportation par secteur, par pays d'origine et par destination;
- les chiffres de la consommation;
- les parts relatives de marché; et
- la facilité d'accès à des renseignements stratégiques sur le marché ciblé, sur la concurrence et sur les autres marchés régionaux.