



# Le profil des marchés

Préparé minutieusement, le profil des marchés peut constituer l'un des meilleurs atouts de l'exportateur. Ce profil peut fournir une mine de renseignements importants — pratiquement tout ce que l'exportateur doit savoir pour préparer son entreprise à tirer parti des nouveaux débouchés et la prémunir, ou du moins la mettre en garde, contre les problèmes éventuels soulevés par la conduite des affaires sur le marché sélectionné.

Préparé minutieusement, le profil des marchés peut constituer l'un des meilleurs atouts de l'exportateur et faire toute la différence entre un contrat rentable et un bilan déficitaire.

Pour un exportateur, avoir une connaissance à jour et précise des statistiques nationales, des pratiques et coutumes commerciales, de la qualité et de la fiabilité des systèmes de transport et de communications, de la conjoncture économique, du climat, de la solvabilité du client, du niveau de la concurrence intérieure et étrangère à laquelle il devra faire face et de toute une série de renseignements essentiels fait toute la différence entre un contrat rentable et un bilan déficitaire.

Il faut pour dresser un profil complet de vos marchés, réunir une masse de renseignements. C'est une tâche ardue mais non impossible, même pour une toute petite entreprise. La plus petite société a à son service les ressources, le savoir-faire, l'expertise, les programmes d'aide et, sur place, le personnel expérimenté des organismes et ministères gouvernementaux, des sociétés d'État

fédérales et provinciales et des organisations commerciales du secteur privé. Chacune de ces organisations est un membre actif d'une équipe de promotion des exportations canadiennes à l'étranger qui s'occupe de bâtir le Canada en faisant la promotion de ses exportations et chacun d'eux a pour rôle d'appuyer votre programme. (Voir section *Les participants*)

Quels sont les renseignements qu'il vous faut pour broser un tableau réaliste de votre marché cible? Essentiellement le même genre de renseignements dont vous avez besoin pour déterminer les marchés intérieurs les plus prometteurs . . . mais il y a une différence. Ce marché est *là-bas*, mais pas vous; et non *ici*, où vous vivez et où vous connaissez le contexte commercial. Ne commettez pas l'erreur, qui pourrait vous coûter très cher, de faire des suppositions . . . prenez la peine de vérifier.

Ne commettez pas l'erreur, qui pourrait vous coûter très cher, de faire des suppositions . . . prenez la peine de vérifier.

Les renseignements dont vous avez besoin se répartissent en six grandes catégories : contexte général, accessibilité des marchés, potentiel de ventes, réglementation, conditions de paiement et devises et distribution. Dans chaque cas, vous voudrez connaître les réponses à certaines questions précises.

## Contexte général

- Quels sont la superficie du pays, son climat et sa topographie? Quelle distance le sépare du Canada?
- Quelles sont la densité démographique et la répartition de la population et de son revenu?
- Le pays a-t-il des projets de développement? Tendront-ils à augmenter ou à diminuer l'acceptation de vos produits et services? Auront-ils une incidence sur le pouvoir d'achat de vos clients ou sur l'attrait de vos produits et services?
- Quelle est la situation économique actuelle du pays? Sa balance commerciale? Ses règlements en matière d'opérations de change? Sa solvabilité? Doit-on prendre en considération les questions culturelles, religieuses ou politiques?

## Accessibilité des marchés

- Existe-t-il des restrictions à l'importation par le biais de taxes, de droits à l'importation ou de quotas? Quelles sont les politiques et les attitudes envers les produits en provenance du Canada?
- Quel est le degré d'accessibilité des produits étrangers et des vôtres en particulier? Cet accès est-il en train de s'améliorer ou de se détériorer?
- Pratique-t-on le contrôle des devises? Celles-ci sont-elles convertibles?
- Existe-t-il des accords commerciaux bilatéraux qui favorisent l'importation de biens et de services d'autres pays?