

LES CONSIDÉRATIONS AU SUJET DU CONTEXTE ÉTRANGER DES AFFAIRES

LES EXIGENCES POLITIQUES, JURIDIQUES ET RÉGLEMENTAIRES

- Quelles sont les exigences de propriété nationale? Faut-il avoir un partenaire local? Y a-t-il des exigences précises en matière d'investissement?
- Quelle est la situation en ce qui concerne l'impôt sur le revenu, les retenues d'impôt, la structure des sociétés et la réglementation sur les transactions intrasociété?
- Quels sont les effets des accords commerciaux, des entraves au commerce, des stimulants, des restrictions à l'importation, des exigences en matière d'exportation et des procédures douanières?
- Quels sont les règlements gouvernementaux qui concernent l'étiquetage, l'emballage, la sécurité du produit, les normes techniques et les considérations environnementales?
- Y a-t-il une protection satisfaisante des produits ou des processus couverts par une marque de commerce, un brevet ou des droits d'auteur?
- Quelles sont les politiques locales régissant la concurrence, les dispositions antitrust et la préférence nationale?
- Le marché cible présente-t-il des risques politiques en ce qui concerne l'expropriation, la nationalisation, l'instabilité politique ou les troubles civils?
- Y a-t-il un contrôle des changes, des restrictions au commerce des devises ou au rapatriement des profits?

LES ÉLÉMENTS SOCIAUX ET STRUCTURELS

L'entreprise devrait recueillir des renseignements sur les éléments suivants dans la mesure où ils ont des effets sur le caractère commercial ou populaire du produit ou du service :

- caractéristiques démographiques de la population : âge, sexe, origine ethnique, revenu et structure sociale;
- géographie, climat (adaptation du produit, effet sur le produit);
- normes et valeurs culturelles;
- influences religieuses, tabous;
- valeurs séculaires, coutumes, traditions, mode de vie, «choses à faire et à éviter», etc.;
- niveau d'éducation, taux d'alphabétisation, taux d'inscription scolaire, participation à l'enseignement postsecondaire, budgets;
- langue(s) parlée(s) par les clients, par les gens d'affaires, par la communauté scientifique, par d'autres groupes; et
- accès à l'information et philosophie de protection de la vie privée.